ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം **EFFECTIVE**

ADCOM

DECEMBER 2015 Vol. 1 Issue 11 മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക Price: ₹ 50/-

INSIDE OUTSIDE AD WORLD

ക്രിസ്തുമസ് ചരിത്രങ്ങൾ

SOCIAL DOCUMENTARY PHOTOGRAPHY

കേരളാ ആഡ് ഫെസ്റ്റ് 2015

മനസ്സു തുറന്ന്

ദിലീപ്



ക്രിസ്തുമസ് ആശംസകൾ

• MODELING • INSPIRING IDEAS • STUDENTS' CORNER • SOFTWARE

ഇഫെക്റ്റീവ് ആഡ്കോം **EFFECTIVE ADCOM**
Advertisingis**Com**munication.MarketingisDestination
TheFirstAdvertising&MarketingmagazineinMalayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Sub Editor
Jyothis Mary John

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Dr. K.S. David, M.A, M.P.S.W.(TISS), Ph.D
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie

General Manager - Marketing
Baby Joseph, MBA, LLB.
Ph: 09633 080391

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew

Illustration/Layout
Sreeni Purackattu
Abhijith C.K.

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705, 093881 53029
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Door No: 2272, Lifa Apartment,
SRM Road Kochi -18
Ph: 097449 93356

Komusons
Sanam cottage
Shady lane, Aluva, Cochin
Ph: 094472 96699, 098470 37650

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India



effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

പരസ്യങ്ങൾ ക്രിയേറ്റീവ് ആകണം

ഓരോ പരസ്യ സൃഷ്ടിയുടേയും ലക്ഷ്യം ഒന്നുതന്നെ. ജനശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കുക, പ്രോഡക്ട് വില്പന ഉയർത്തുക. അത് പ്രോഡക്ടായാലും സർവീസായാലും വ്യത്യാസമില്ല. ജനശ്രദ്ധ ആകർഷിച്ചാൽ മാത്രം പോരാ. അതു വായനക്കാരുടെ, കാഴ്ചക്കാരുടെ അഥവാ അനുവാചകരുടെ സ്മൃതിമണ്ഡലത്തിൽ തങ്ങിനിൽക്കുന്നതുമാകണം. ഒരിക്കൽ കണ്ടു മറന്നുപോയാൽ അടുത്ത പരസ്യം അതിനുമുകളിൽ ആധിപത്യം സ്ഥാപിക്കും.

നാം ഇപ്പോൾ കാണുന്ന പരസ്യങ്ങളിൽ എത്രയെണ്ണം ക്രിയേറ്റീവ് എന്നു വിശേഷിപ്പിക്കാനാകും? ഈ അടുത്ത ദിവസങ്ങളിൽ പ്രമുഖരായ ചില ബിസിനസ്സുകാരുമായി പ്രശസ്തനായ ഒരു അവതാരകൻ നടത്തിയ സംവാദത്തിൽ ഒരു ചോദ്യം ചോദിച്ചു. പെട്ടെന്ന് ഓർമ്മയിൽ വരുന്ന ഒരു പരസ്യം എടുത്തു പറയാമോ? മിനിട്ടുകളോളം ആലോചിച്ചിട്ടും അവർക്ക് ഒരെണ്ണം എടുത്തുപറയാനായില്ല. മറ്റാരേയും മുഷിപ്പിക്കേണ്ട എന്നു കരുതി മൗനം പാലിച്ചതാണെന്നു സമാധാനിച്ചുകൊണ്ട് നാം ഓരോരുത്തരും സ്വയം ഒന്ന് ആലോചിച്ചു നോക്കൂ. എത്ര പരസ്യങ്ങൾ എടുത്തു പറയാവുന്നതായി ഓർമ്മയിൽ വരുന്നുണ്ട്? ദിവസേന പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടുന്ന, സംപ്രേക്ഷണം ചെയ്യപ്പെടുന്ന പരസ്യങ്ങളുടെ എണ്ണം പരിഗണിക്കുമ്പോൾ നമ്മുടെ ഓർമ്മയിൽ തങ്ങിനിൽക്കുന്നവയുടെ എണ്ണം എത്ര നിരാശാജനകമാണെന്നു മനസ്സിലാകും.

എവിടെയാണ് പ്രശ്നം എന്ന് ചിന്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വളരെ വിപുലമായ ചർച്ചയും നിരീക്ഷണവും ആവശ്യമായ വിഷയമാണത്. അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസികളുടെ താല്പര്യം ഏതുമേഖലയിൽ നിൽക്കുന്നു എന്നത് ആലോചിക്കേണ്ടതാണ്.

മീഡിയകളുടെ സാദ്ധ്യതകൾ, അനന്തമായ സാദ്ധ്യതകൾ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അവയെ ക്രിയാത്മകമായി വികസിപ്പിച്ച് അവതരിപ്പിക്കണം. ക്രിയേറ്റീവ് ആയി ചിന്തിക്കുവാൻ ശേഷിയുള്ളവർക്ക് അതിനുള്ള അവസരങ്ങൾ നൽകണം. സാദ്ധ്യതകളെപ്പറ്റി കൂട്ടായി ചർച്ചകൾ നടത്തണം. നല്ല ആശയങ്ങൾ പങ്കുവെയ്ക്കുവാൻ തയ്യാറുള്ളവരുമായി സംവാദങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടണം. സൃഷ്ടിയുടെ സാദ്ധ്യതകൾ ഒരിക്കലും അവസാനിക്കുന്നില്ലല്ലോ!

ചീഫ് എഡിറ്റർ

All rights reserved. Views exposed by the writers are not necessarily those of the effective publications or the editor or the publisher and they accept no responsibility for them. All objections, disputes, differences, claims & proceedings are subject to Kottayam jurisdiction.

Cover: Dileep
Courtesy : Film Craft

ഉള്ളടക്കം

Vol. 1 | Issue 11 | December 2015







NEWS

സ്വച്ഛഭാരത് സെസ് ഇനി മുതൽ



കൊച്ചി: സർക്കാരിന്റെ സ്വഛഭാരത് സംരംഭങ്ങൾക്ക് വേണ്ട പണം കണ്ടെത്തുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ സേവന നികുതിയിൽ സെസ് ഏർപ്പെടുത്തി. 0.5 ശതമാനമാണ് അധിക നികുതി അതായത് ഓരോ നൂറു രൂപയ്ക്കും 50 പൈസ. ഇതോടെ സേവനനികുതി 14.5 ശതമാനമായി ഉയരും . നൂറിലേറെ സേവനങ്ങളാണ് നികുതിയുടെ പരിധിയിൽപ്പെടുക. ഈ സേവനങ്ങളിൽ മിക്കവയും സാധാരണക്കാർക്കുപോലും ആവശ്യമുള്ളതാണ്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഈ അമിതനികുതി ഭാരം താങ്ങാൻ അവരും ബാധ്യസ്ഥരാകുന്നു.

ബഹുഭൂരിപക്ഷത്തിനും അധിക ബാധ്യത വേണ്ടി വരുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട ഇനങ്ങളിൽ ചിലത് - മൊബൈൽ ഫോൺ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ടെലികോം സേവനങ്ങൾ, എയർപോർട്ട്, എയർട്രാവൽ ഏജൻസി സേവനങ്ങൾ ബാങ്കുകൾ ഉൾപ്പെടെയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നു ലഭിക്കുന്ന ധനസംബന്ധമായ സേവനങ്ങൾ, ഭവന, വാഹന വ്യക്തിഗത വായ്പകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രൊസസിംഗ് ഫീ, പ്രീപേയ്മെന്റ് ഫീ, ലേറ്റ് ഫീ തുടങ്ങിയവ , ഓഹരി ഇടപാടുകൾ, ചില തരം ഇൻഷുറൻസ് പോളിസികൾ, ബ്യൂട്ടി പാർലർ സേവനങ്ങൾ, ഡ്രൈ ക്ലീനിങ്, കേബിൾ ഓപ്പറേറ്ററിൽ നിന്നുള്ള സേവനങ്ങൾ.

ദക്ഷിണേന്ത്യയിൽ ഒറ്റനിരക്കുമായി വോഡഫോൺ



കൊച്ചി: ദക്ഷിണേന്ത്യൻ സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ പ്രീപെയ്ഡ് വരിക്കാർക്ക് വോഡഫോണിന്റെ വൺറേറ്റ് വൺ സൗത്ത് എന്ന പുതിയ പദ്ധതി വരുന്നു. പായ്ക്കിന് 62 രൂപയാണ് നിരക്ക്. ഇതു പ്രകാരം ലോക്കൽ, എസ്ടിഡി, റോമിങ് ഉൾപ്പെടെ എല്ലാ മൊബൈൽ ഔട്ട് ഗോയിങ് വിളികൾക്കും സെക്കൻഡിന് ഒരു പൈസ നൽകിയാൽ മതി.

കേരളം, തമിഴ്നാട്, കർണ്ണാടകം, ആന്ധ്ര, തെലങ്കാന എന്നീ അഞ്ചു സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ വരിക്കാർക്കാണ് ഈ പദ്ധതിയുടെ പ്രയോജനം ലഭ്യമാവുക. ഈ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ എവിടെ നിന്നു വിളിച്ചാലും റോമിങ് ചാർജ്ജും നല്കേണ്ടതില്ല. അഞ്ചു സംസ്ഥാനങ്ങളിലായി മൂന്നരക്കോടി പ്രീപെയ്ഡ് വരിക്കാരാണ് വോഡഫോണിനുള്ളത്.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കു സഹായഹസ്തവുമായി മൈക്രോസോഫ്റ്റ്

മുംബൈ: സ്മാർട്ട്സിറ്റി നഗര വികസന പദ്ധതിക്ക് പിന്തുണ പ്രഖ്യാപിച്ച് മൈക്രോസോഫ്റ്റ്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സംരംഭകർക്ക് 80 ലക്ഷം രൂപയുടെ വീതം സഹായം നല്കുമെന്ന് മേധാവി സത്യനാദെല്ല പറഞ്ഞു. സ്മാർട്ട് നഗരങ്ങൾക്കാവശ്യമായ സംവിധാനങ്ങളൊരുക്കാനും കൃഷി, ആരോഗ്യം, വിദ്യാഭ്യാസം എന്നീ മേഖലകളിൽ സേവനത്തിനുമായി ഓൺലൈൻ വ്യാപാരകമ്പനികളായ ജസ്റ്റ് ഡയൽ, പേ യ് ടിഎം, സ്നാപ് ഡീൽ, എന്നിവയുമായി മൈക്രോസോഫ്റ്റ് ധാരണയിലെത്തി. ക്ലൗഡ് കംപ്യൂട്ടിങ് അധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങളാണ് കമ്പനി ഇന്ത്യൻ സംരംഭകരുമായി പങ്കുവയ്ക്കുക.

വ്യവസായങ്ങൾക്കുള്ള നികുതിയിളവുകൾ പിൻവലിച്ചേക്കും



ന്യൂഡൽഹി: കോർപറേറ്റ് നികുതി നിരക്ക് 30 ശതമാനത്തിൽ നിന്ന് 25 ശതമാനമായി കുറയ്ക്കുന്നതിനൊപ്പം വ്യവസായങ്ങൾക്കുള്ള നികുതിയിളവുകൾ എടുത്തുകളയാനും കേന്ദ്രസർക്കാർ നീക്കമാരംഭിച്ചു. കോർപറേറ്റ് നികുതി 30 ശതമാനമാണെങ്കിലും പല വിധത്തിലുള്ള ഇളവുകൾ കാരണം യഥാർത്ഥത്തിൽ ഏകദേശം 23 ശതമാനത്തോളം മാത്രമാണ് സർക്കാരിനു ലഭിക്കുന്നത്. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഇളവുകൾക്കായി കോടതി വ്യവഹാരങ്ങൾ കൂടുന്നതും സർക്കാരിനു വൻ സാമ്പത്തിക നഷ്ടമുണ്ടാക്കുന്നുണ്ട്. എന്ന വിലയിരുത്തലിലാണ് ഈ പുതിയ തീരുമാനം എന്നാണ് ലഭിക്കുന്ന സൂചന. എന്നാൽ പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക മേഖലകളെയും റോഡ് നിർമ്മാണം, തോട്ടം മേഖല എന്നിവയെയും ഇതിൽ നിന്നൊഴിവാക്കി നിർത്താനാണ് ധനമന്ത്രാലയത്തിന്റെ തീരുമാനം.



NEWS

ഇന്ത്യാ ഗവൺമെന്റിന്റെ സ്വർണ്ണനാണയവും സ്വർണ്ണക്കട്ടിയും ഇനി മുതൽ..



കൊച്ചി: ഗോൾഡ് റീഫോം പദ്ധതി പ്രകാരം ഇന്ത്യാഗവൺമെന്റ് സ്വന്തമായി സ്വർണ്ണക്കട്ടികളും നാണയങ്ങളും പുറത്തിറക്കി. 24 കാരറ്റ് സ്വർണ്ണത്തിൽ നിർമ്മിച്ചിട്ടുള്ള ഇവയുടെ ഒരു വശത്ത് അശോകചക്രവും മറുവശത്ത് മഹാത്മഗാന്ധിയുടെ മുഖവുമാണ് ആലേഖനം ചെയ്തിരിക്കുന്നത്. ആരംഭത്തിൽ 5,10 ഗ്രാമുകളിൽ മാത്രം വിപണിയിലെത്തുന്ന സ്വർണ്ണനാണയങ്ങൾ പിന്നീട് കൂടിയ തൂക്കത്തിലും ലഭ്യമാകും. 20 ഗ്രാം ഭാരം വരുന്ന സ്വർണ്ണക്കട്ടിയാണ് നിലവിൽ പുറത്തിറക്കിയിരിക്കുന്നത്. ഏതൊരു തരത്തിലുള്ള കൃത്രിമത്വത്തെയും തടയാൻ കഴിയും വിധം ടാമ്പർ പ്രൂഫ് പാക്കിംഗ് ചെയ്താണ് ഇവ രണ്ടും വിപണിയിലെത്തിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇതോടെ അമേരിക്ക, ചൈന, കാനഡ, സൗത്ത് ആഫ്രിക്ക, എന്നീ രാജ്യങ്ങളുടെ സ്വർണ്ണനാണയവും സ്വർണ്ണക്കട്ടിയുമടങ്ങുന്ന ഗ്ലോബൽ ബാസ്ക്കറ്റ് ഓഫ് ഗോൾഡ് കോയിൻസ് ആൻഡ് ബുള്ളിയൻസിന്റെ ഭാഗമാവും ഇന്ത്യയുടെ ഈ പുതിയ സംരംഭവും. ഇന്ത്യയിൽ മെറ്റൽ ആൻഡ് മിനറൽസ് ട്രേഡിംഗ് കോർപറേഷന്റെ 15 ഔട്ട്ലെറ്റുകൾ വഴിയാണ് സ്വർണ്ണനാണയവും സ്വർണ്ണക്കട്ടികളും വിപണനത്തിനെത്തുന്നത്. വൈകാതെ തന്നെ പോസ്റ്റ് ഓഫീസുകളിലും ബാങ്കുകളിലും ഇവ ലഭ്യമാകും.

സഹകരണബാങ്കുകൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിങ്

ന്യൂഡൽഹി: സംസ്ഥാന-ജില്ലാ സഹകരണബാങ്കുകൾക്ക് ഇനി മുതൽ ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിങ് സൗകര്യം ലഭ്യമാകും. ഇതിൽ അൻപതു കോടി രൂപയിലേറെ മൂല്യമുള്ളതും ലാഭത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നതുമായ ബാങ്കുകൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ പണം കൈമാറ്റം അനുവദിക്കാമെന്നും മറ്റുള്ളവ അക്കൗണ്ട് വിവരങ്ങൾ മാത്രമേ ലഭ്യമാക്കാവൂ എന്നും റിസർവ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ വ്യക്തമാക്കി. ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ പണംകൈമാറ്റം അനുവദിക്കുന്ന ബാങ്കുകൾ ഈ സംവിധാനത്തിന് റിസർവ്വ് ബാങ്കിന്റെ അനുമതി വാങ്ങണം. അക്കൗണ്ട് ഉടമകൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ പണം കൈമാറാൻ അനുമതി വേണ്ട ബാങ്കുകൾക്കായി റിസർവ് ബാങ്ക് നിർദ്ദേശിച്ചിട്ടുള്ള മാനദണ്ഡങ്ങൾ ഇവയാണ്.

1. ക്യാപിറ്റൽ ടു റിസ്ക് അസെറ്റ്സ് റേഷ്യോ 10 ശതമാനത്തിൽ കുറയരുത്.

2. കഴിഞ്ഞ സാമ്പത്തിക വർഷത്തിലെ കണക്കനുസരിച്ച് ആകെ മൂല്യം 50 കോടിയെങ്കിലും ഉണ്ടാവണം.

3. മൊത്തം നിഷ്ക്രിയ ആസ്തി ഏഴു ശതമാനത്തിൽ താഴെയായിരിക്കണം.



4. മുൻവർഷം സി ആർ ആർ, എസ് എൽ ആർ, എന്നിവയിൽ പിഴവു വരുത്തിയിട്ടുണ്ടാകരുത്.

5. മികച്ച നിയന്ത്രണസംവിധാനം ഉണ്ടായിരിക്കണം. ബോർഡിലെ രണ്ടു ഡയറക്ടർമാരെങ്കിലും പ്രഫഷണലുകളായിരിക്കണം.

6. അപേക്ഷ നല്കുന്നതിനു തൊട്ടു മുൻപത്തെ രണ്ടുവർഷങ്ങളിൽ റിസർവ്വ് ബാങ്കിന്റെ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ ലംഘിച്ചതിനു പിഴ ശിക്ഷ ലഭിച്ചിട്ടുണ്ടാവരുത്.

കുറഞ്ഞ വരുമാനക്കാർക്കായി എസ്ബിടി ഭവനവായ്പ

തിരുവനന്തപുരം: നഗരങ്ങളിൽ താമസിക്കുന്ന കുറഞ്ഞ വരുമാനക്കാർക്ക് ആശ്വാസമാകുന്ന തരത്തിൽ എസ്ബിടിയുടെ പുതിയ പ്ലാനിന് തുടക്കമായി. ഹൗസിങ് ഫോർ ഓൾ (അർബൻ) മിഷൻ 2022 എന്നാണ് പദ്ധതിയുടെ പേര്. ഇതിനു കീഴിലുള്ള എല്ലാ വീടുകൾക്കും ടോയ്ലെറ്റുകൾ നിർബന്ധമാണ്. 2011 ലെ സെൻസസ് അനുസരിച്ച് നഗര പദവിയുള്ള എല്ലായിടത്തും വായ്പ ലഭ്യമാകുന്നതാണ് മൂന്നു ലക്ഷം രൂപയിൽ താഴെ വരുമാനമുള്ള കുടുംബങ്ങളെയാണ് സാമ്പത്തികമായി പിന്നോക്കം നിൽക്കുന്ന ഗണത്തിൽ പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. ഇതിന്റെ ഗുണഭോക്താക്കൾക്ക് പലിശയിൽ കേന്ദ്രസർക്കാർ അനുവദിച്ചിട്ടുള്ള 6.50 ശതമാനം സബ്സിഡി ലഭ്യമാകും.



NEWS

കേരളാ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഫെഡറേഷൻ: പരസ്യ ഏജൻസികളുടെ പുതിയ സംഘടന നിലവിൽ വന്നു



എം. വി. പ്രസാദ്
(പ്രസിഡന്റ്)



എം. എസ്. മുരളി മോഹൻ
ജനറൽ സെക്രട്ടറി



ബി. സുനിൽകുമാർ
ട്രഷറർ

കൊച്ചി: കേരളത്തിലെ പരസ്യമേഖലയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നവരുടെ പുതിയ സംഘടന കേരളാ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഫെഡറേഷൻ (കെഎഎഫ്) രൂപീകൃതമായി. കൊച്ചിയിൽ ചേർന്ന യോഗത്തിലാണ് പുതിയ സംഘടനയ്ക്ക് രൂപം കൊടുത്തത്.

പരസ്യമേഖലയിൽ കാലാകാലങ്ങളായി വന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന മാറ്റങ്ങൾ പല പരസ്യ ഏജൻസികളുടെയും നിലനിൽപ്പിന് തന്നെ ഭീഷണിയായിരിക്കുകയാൽ അതിനെ മറികടക്കുവാനുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് നേതൃത്വം നൽകുക എന്നതാണ് പുതിയ സംഘടനയുടെ പ്രഥമ ലക്ഷ്യം. നിലവിൽ പരസ്യ ഏജൻസികൾ തമ്മിലുള്ള അനാരോഗ്യപരമായ മത്സരങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുകയും മാധ്യമങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള ആനുകൂല്യങ്ങൾ കൃത്യമായി പരസ്യദാതാക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നതുൾപ്പെടെയുള്ള സേവനപ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് രൂപം നൽകുകയും ചെയ്യും.

എം.വി.പ്രസാദിന്റെ അദ്ധ്യക്ഷതയിൽ ചേർന്ന യോഗത്തിൽ സംസ്ഥാന കമ്മറ്റിയ്ക്കും മേഖലാതല കോ-ഓർഡിനേഷൻ കമ്മറ്റികൾക്കും രൂപം നൽകി.

സംസ്ഥാന ഭാരവാഹികളായി എം.വി.പ്രസാദ്, പ്രസാദം അഡ്വർടൈസേഴ്സ്, കണ്ണൂർ (പ്രസിഡന്റ്), എം. എസ്.മുരളി മോഹൻ, ഫോർവേർഡ് അഡ്വർടൈസിംഗ്, കൊച്ചി (ജനറൽ സെക്രട്ടറി), ബി.സുനിൽകുമാർ, ദൃശ്യാ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്, കോട്ടയം (ട്രഷറർ), വിനോദ്കുമാർ, ന്യൂസ് പാഡ്, കൊച്ചി (വൈസ് പ്രസിഡന്റ്), മനോജ് ഇട്ടിച്ചെറിയ, കാഡ്മിയം കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്, കൊച്ചി (ജോയിന്റ് സെക്രട്ടറി) എന്നിവരെ തെരഞ്ഞെടുത്തു.

ഉത്തരമേഖലാ കോ-ഓർഡിനേറ്ററായി ടി.മിലേഷ് കുമാർ (വിൻവിൻ കോർപ്പ്, കണ്ണൂർ), മദ്ധ്യമേഖലാ കോ-ഓർഡിനേറ്റർമാരായി ഫ്രാൻസിസ് സേവ്യർ (സ്ട്രിംഗ്സ് അഡ്വർടൈസിംഗ്, കൊച്ചി), ജസ്റ്റിൻ ജോസഫ് (എ പി ഓ അഡ്വർടൈസിംഗ്, തൊടുപുഴ), ദക്ഷിണ മേഖലാ കോ-ഓർഡിനേറ്ററായി സജീവ്കുമാർ (ടൈക്കി മീഡിയാ സൊല്യൂഷൻസ്, കൊല്ലം) എന്നിവരെയും തെരഞ്ഞെടുത്തു.

നാസ്കോം ഗെയിമിങ് ഫോറം ഇനി കേരളത്തിലും..



കൊച്ചി: പ്രമുഖ ഐടി കമ്പനികളുടെ കൂട്ടായ്മയായ നാസ്കോമിന്റെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള നാസ്കോം ഗെയിമിങ് ഫോറം കേരളത്തിലേക്ക് പ്രവർത്തനം വ്യാപിപ്പിക്കാനൊരുങ്ങുന്നു. കൊച്ചി കേന്ദ്രമാക്കി കേരള ചാപ്റ്റർ തുടങ്ങാനാണ് പദ്ധതി. ഇതിനു മുന്നോടിയായി ഗെയിമിങ് ഫോറം കേരളത്തിൽ സംഗമവും സംഘടിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്.

പാസ്തയിലും ഈയം ; നെസ്ലേ പ്രതിസന്ധിയിൽ



മുംബൈ: മാഗി നൂഡിൽസിനു പുറമേ പാസ്തയിലും ഈയത്തിന്റെ അളവ് അനുവദനീയനിലയിലും അധികമാണെന്ന് കണ്ടെത്തി. കഴിഞ്ഞ ദിവസം ഉത്തർ പ്രദേശിലെ ഭക്ഷ്യസുരക്ഷാ അധികൃതരാണ് ഈ വിവരം പുറത്തുവിട്ടത്.

അനുവദിച്ചിട്ടുള്ള അളവായ 2.5 പിപിഎമ്മിനു പകരം ഇതിൽ 6 പിപിഎം വരെ ഈയം കണ്ടെത്തിയെന്നു അധികൃതർ വെളിപ്പെടുത്തി. എന്നാൽ പാസ്ത പരിശോധനയ്ക്ക് വിധേയമാക്കിയ ലാബുകളുടെ വിശ്വാസ്യതയെ ചോദ്യം ചെയ്താണ് വിഷയത്തിൽ നെസ്ലേ പ്രതിരോധം തീർത്തിരിക്കുന്നത്. പാസ്ത സാമ്പിളുകൾ പരിശോധിച്ച യു പി യിലെ ലാബിന് എൻഎബിഎൽ അക്രഡിറ്റേഷനോ ദേശീയ ഭക്ഷ്യസുരക്ഷാ അതോറിട്ടിയുടെ അംഗീകാരമോ ഇല്ലെന്നാണ് നെസ്ലേയുടെ നിലപാട്.

പരിശോധന വിവരം തങ്ങളെ ഔദ്യോഗികമായി അറിയിച്ചിട്ടില്ലെന്നും അവർ പറഞ്ഞു. മാഗി നൂഡിൽസിൽ അജിനോമോട്ടോ, ഈയം എന്നിവയുടെ അളവ് അധികമാണെന്നതിനെ തുടർന്ന് മാസങ്ങൾക്കു മുമ്പേ പിൻവാങ്ങേണ്ടി വന്ന നെസ്ലേ വിപണിയിലേക്ക് ശക്തമായി തിരിച്ചു വരാനുള്ള ഒരുക്കത്തിലായിരുന്നു.

ക്രിസ്തുമസ് ചരിത്രങ്ങൾ

1930ൽ ആഡിസ് ബ്രഷ് കമ്പനി കൃത്രിമ ക്രിസ്തുമസ് മരങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചു! 1950 ൽ ആഡിസ് 'സിൽവർ പൈൻ' വൃക്ഷം എന്ന പേരിൽ ഇത് പേറ്റന്റ് ചെയ്തു. ഈ നൂതന ക്രിസ്മസ് ട്രീയിൽ കറങ്ങുന്ന വെളിച്ചം, നിറമുള്ള ജെല്ലുകൾ എന്നിവയുണ്ടായിരുന്നു. ജെല്ലുകളിൽ പ്രകാശം തട്ടുമ്പോൾ ഇന്നത്തെ ലേസർ ലൈറ്റുകളുടെ ഭംഗിയുണ്ടാകും.





ക്രിസ്തുമസ് റീത്തുകൾ

യൂറോപ്യൻ രാജ്യങ്ങളിലെ ക്രിസ്തുമസ് ആഘോഷത്തിൽ ഒഴിവാക്കാനാവാത്തതാണ് ക്രിസ്തുമസ് റീത്തുകൾ. ഇവയുടെ പിന്നിൽ ദീർഘമായ ചരിത്രം തന്നെയുണ്ട്. നൂറ്റാണ്ടുകളായി ഇവ പ്രതീകാത്മകമായി ഉപയോഗിച്ചു വരുന്നു. ഇതിന്റെ തുടക്കവും അവസാനവുമില്ലാത്ത വൃത്താകൃതി നിത്യമായ ജീവിതത്തെ പ്രതിനിധാനം ചെയ്യുന്നു. മുൻകാലങ്ങളിൽ ക്രിസ്തുമസ് റീത്തുകൾ വർണ്ണാഭമാക്കുന്നതിനായി മാതളപഴങ്ങൾ പോലെയുള്ള കടും വർണ്ണത്തിലുള്ള പഴങ്ങളും വാടാത്ത ഇലകളും ഉപയോഗിച്ചു. പ്രധാനമായും രണ്ടു തരത്തിലാണ് ക്രിസ്തുമസ് റീത്തുകളുടെ ഡിസൈൻ. ഡെക്കറേറ്റീവ് റീത്തുകളും അഡ്വെന്റ് റീത്തുകളും. ജർമ്മനിയിൽ ഇത്തരം റീത്തുകൾക്ക് തുടക്കമിട്ടത് 1931 ൽ ജൊഹാൻ ഹൈന്റിഷ് വിഷേൺ ആണ് ബറ്റ്സാൾ എന്ന സ്ഥലത്തെ അനാഥമന്ദിരത്തിൽ ഇത്തരത്തിലുള്ള ഒരു പുഷ്പ്പഹാരം തൂക്കിയിട്ടു. അത് ജർമ്മനിയിൽ ക്രിസ്തുമസ് റീത്തുകളുടെ ഉപയോഗം വ്യാപകമാക്കിത്തീർത്തു.



ആശംസാ കാർഡുകൾ

ആരാണ് ക്രിസ്തുമസ് കാർഡിന്റെ യഥാർത്ഥ ഉപജ്ഞാതാവ് എന്നതൊരു തർക്ക വിഷയമാണ് എങ്കിലും നിലവിൽ ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും പഴക്കമുള്ള കാർഡ് വില്യം എഗ്ലെ ജൂനിയർ ആണ് നിർമ്മിച്ചത്. മെറി ക്രിസ്തുമസ് ആൻഡ് ഹാപ്പി ന്യൂ ഇയർ എന്ന ആശംസാവാക്കുകളോടു കൂടിയ ഇതിലെ വർഷം 1842 ആണ്. തൊട്ടടുത്ത വർഷം സർ ഹെന്റി കോൾ ദരിദ്രരുടെ ഭക്ഷണവും വസ്ത്രധാരണ രീതിയുമുൾപ്പെടുത്തി കൊണ്ട് കാർഡ് ചെയ്യാനായി ജോൺ കാൽക്കോട്ട് ഹോഴ്സ്ലിയെ നിയോഗിച്ചു. ഒരു ദരിദ്രകുടുംബം സന്തോഷത്തോടെ കൂടിയിരുന്ന് വീഞ്ഞ് കഴിക്കുന്നതായിരുന്നു ഇതിലെ ചിത്രം.1875ൽ, ലൂയിസ് Prang എന്ന അമേരിക്കൻ ലിത്തോഗ്രാഫിക് ഷോപ്പുടമ വ്യത്യസ്തമായ ക്രിസ്തുമസ് കാർഡുകൾ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു. ക്രിസ്മസ് കാർഡുകൾ ആധുനികതയിലേക്കു കാലെടുത്തു വച്ചത് ഈ കാലം മുതലാണ് സ്പോർട്സ് കോമിക്സ്, തമാശകൾ, ബുദ്ധിപരമായ വാക്യങ്ങൾ എന്നിവ ക്രിസ്തുമസ് കാർഡിൽ ചേർത്തു. ഇവയിലെ ചിത്രങ്ങൾ പൂക്കൾ, ക്രിസ്തുമസ് രംഗം, പക്ഷികൾ, എന്നിവയായിരുന്നു. ഇത് കാർഡ് വിപണിയെത്തന്നെ മാറ്റിമറിച്ചു. 1881 ആയപ്പോഴേക്കും, Prang ഓരോ വർഷവും അഞ്ച് ദശലക്ഷത്തിലധികം ക്രിസ്തുമസ് കാർഡുകൾ ഉത്പാദിപ്പിച്ചു.

ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളുടെ രംഗപ്രവേശത്തോടെ ഇതെല്ലാം മാറിമറിഞ്ഞു. ഇ-കാർഡുകളാണ് ഏറ്റവും പുതിയ ആകർഷണം. ഇന്ന് പ്രതിവർഷം, 2.6 ബില്യണിനുമേൽ ക്രിസ്മസ് കാർഡുകൾ (ഏകദേശം 571 മില്യൺ ഡോളർ!) ലോകത്തെമ്പാടും അയ്ക്കപ്പെടുന്നുണ്ട്.



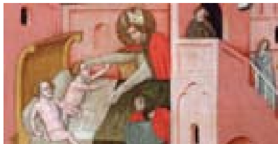


ക്രിസ്തുമസ് ട്രീ

1521 ൽ ജർമ്മനിയിലെ അൽസാചെയിലാണ് ആദ്യത്തെ ക്രിസ്തുമസ് ട്രീ പിറന്നതെന്ന് കരുതപ്പെടുന്നു. ആദ്യകാലത്ത് മരങ്ങളിൽ നേരിട്ടായിരുന്നു അലങ്കാരങ്ങൾ പിന്നീട് കൂടുതൽ സൗകര്യാനുസൃതം ചില്ലകൾ വെട്ടി വീട്ടിനുള്ളിൽ ക്രിസ്തുമസ് ട്രീകൾ സ്ഥാപിക്കുവാൻ തുടങ്ങി.1600 കളിൽ, ക്രിസ്മസ് മരങ്ങളിൽ നിറമുള്ള പേപ്പർ, ചെറിയ കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ, ഭക്ഷണം, എന്നിവ ഉപയോഗിച്ചാണ് അലങ്കരിച്ചിരുന്നത്. പിന്നീട്, വെള്ളി വയർ, ആഭരണങ്ങൾ, മെഴുകുതിരികൾ, ചെറിയ മുത്തുകൾ മുതലായവ ചേർത്തു തുടങ്ങി. കത്തിച്ചുവച്ച മെഴുകുതിരികൾ തീപിടുത്തങ്ങൾക്കിടയാക്കുന്നത് സാധാരണമായിരുന്നു. ഇലക്ട്രിക് ക്രിസ്മസ് ട്രീ ലൈറ്റുകൾ ആദ്യമായി വിഭാവനം ചെയ്തത് 1878 ൽ തോമസ് എഡിസൺ ആണ് ഇത് വളരെ ചെലവേറിയ രീതിയായിരുന്നു. 1800 ന്റെ അന്ത്യത്തോടെ, പരമ്പരാഗത ക്രിസ്മസ് ട്രീയിൽ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാവാൻ തുടങ്ങി. ആദ്യ കൃത്രിമ ക്രിസ്മസ് മരങ്ങൾ മെറ്റൽ വയറിൽ തൂവലുകൾ പൊതിഞ്ഞ് നിർമ്മിച്ചവയായിരുന്നു, ടർക്കി, ഒട്ടകപ്പക്ഷി അല്ലെങ്കിൽ അരയന്നം എന്നിവയുടെ തൂവലുകൾ ആയിരുന്നു പ്രധാനമായും ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്

1930ൽ ആഡിസ് ബ്രഷ് കമ്പനി കൃത്രിമ ബ്രഷ് മരങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചു! 1950 ൽ ആഡിസ് 'സിൽവർ പൈൻ' വൃക്ഷം എന്ന പേരിൽ ഇത് പേറ്റന്റ് ചെയ്തു. ഈ നൂതന ക്രിസ്മസ് ട്രീയിൽ കറങ്ങുന്ന വെളിച്ചം, നിറമുള്ള ജെല്ലുകൾ എന്നിവയുണ്ടായിരുന്നു. ജെല്ലുകളിൽ പ്രകാശം തട്ടുമ്പോൾ ഇന്നത്തെ ലേസർ ലൈറ്റുകളുടെ ഭംഗിയുണ്ടാകും. പിന്നീട് വെള്ളി, അലുമിനിയം ക്രിസ്മസ് മരങ്ങൾ നിർമ്മിച്ച് ലോകമെമ്പാടും കയറ്റുമതി ചെയ്തു.

History of Santa Claus



Saint Nicholas was known as the protector of children and sailors. This 14th century painting shows him caring for two small boys.



In the 19th century, images of Saint Nicholas/Sinter Klaas became more prevalent in the United States, though depictions of the Christmas legend still varied. This Santa Claus comes from the 1880s.



Cartoonist Thomas Nast drew several depictions of Santa Claus for Harper's Weekly, establishing the contemporary image of this Christmas legend. This cartoon comes from around 1881.



Illustrator Haddon Sundblum created many Coca-Cola ads that featured Santa Claus. "Stock Up for the Holidays" comes from around 1953.



The name Santa Claus evolved from St. Nicholas' Dutch nickname, Sinter Klaas, a shortened form of Sint Nikolaas (Dutch for Saint Nicholas). Pictured here, Sinter Klaas arriving in Amsterdam, 1991.



indulekha™





Client: Indulekha (Mosons Extractions)
Agency: Firewood
Production House : Virtual Eye Films
Director: Vinod AK
Producer : Jenil Manu
DOP: Mukesh Muraleedharan
Associate Director: Viji Sam
1st AD : Jomit Johny
2nd AD: Sivraj
DOP Asst: Shinos
Music Director: Anil Johnson

Costumer: Shibu Simon
Make-Up & Hair Stylist: Shekhar
Casting : Jomit Johny
Offline Editor: Viji Sam & Pinto Varkey
Sound: Rajesh P.R
Production Runner: Smith
Colorist : Shane O'Connor
Online Editor: Aby Benny,TAD Studio
CG & VFX : Mediateam Creative Zone
Special Mention-Art Support : Nidheesh



Letter to the Editor:

Chief Editor
Effective Publications,
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.,
Kottayam - 2, Kerala, India
Ph: 08593 998705, 093881 53029

effectiveadcom@gmail.com
editor@effectiveadcom.com

9846057461

പ്രതികരണങ്ങൾ

ആഡ്കോം കണ്ടു. വളരെ പ്രയോജനപ്രദമായി തോന്നി. ഇൻസ്പയറിങ് ആഡ്സ് എന്ന സെക്ഷൻ വളരെ പ്രയോജനകരമാണ് ഒരിക്കലും ചിന്തിക്കാത്ത തരത്തിലുള്ള ഐഡിയകൾ ഇതിലൂടെ കിട്ടുന്നു. പിന്നെ മറ്റു പംക്തികളും എനിക്കിഷ്ടമാണ്. ഇനിയും കൂടുതൽ വിഭവങ്ങൾ ആഡ്കോമിൽ നിന്നു പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. ഈ സംരംഭത്തിനു പിന്നിൽ പ്രവർത്തിച്ച എല്ലാവർക്കും എന്റെ ഹൃദയം നിറഞ്ഞ അഭിനന്ദനങ്ങൾ..

പി. രാജ്കുമാർ
പാലക്കാട്

ഞാൻ പരസ്യകലയിൽ താൽപര്യമുള്ള ഒരു വിദ്യാർത്ഥിയാണ്. ഫ്രൂട്ടിയെക്കുറിച്ചുള്ള ആർട്ടിക്കിൾ വളരെ ഇൻഫർമേറ്റീവും കളർഫുള്ളുമായിരുന്നു. ടിപ്സ് ആൻഡ് ട്രിക്സും ഉപകാരപ്രദമാണ് എനിക്കൊരു സജഷനുണ്ട് പരസ്യരംഗത്തെക്കുറിച്ചുള്ള കൂടുതൽ കാര്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുത്തണം ഒപ്പം കൂടുതൽ പേജുകളും. അടുത്ത ലക്കത്തിനായി കാത്തിരിക്കുന്നു.

അനിറ്റ
വടവാതൂർ

പരസ്യരംഗത്ത് അനിവാര്യമാണ് ഈ മാസിക. സക്സസ് പിരമിഡ് വളരെ വിജ്ഞാനപ്രദമാണ്. വിജയികളുടെ ജീവിതപാഠങ്ങളും പ്രതിസന്ധികളെ തരണം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള മാർഗ്ഗവും പകർന്നു തരുന്ന ഈ ലേഖനം മികച്ച നിലവാരം പുലർത്തുന്നുണ്ട്. ഫാഷൻ മോങ്ങറുടെ കൺസെപ്റ്റ് ഷൂട്ടും വളരെ ക്രിയേറ്റീവാണ്. ടെക്നോളജി രംഗത്തെ പുതിയ കണ്ടെത്തലുകൾ ചേർക്കണമെന്നാണ് എന്റെ അഭിപ്രായം.

ജോർജ്ജ് ജോസഫ്
പത്തനംതിട്ട





BE READY FOR A BRIGHT KERALA

adfest 2015

on November 27th, 28th & 29th at Wayanad

കേരളാ ആഡ് ഫെസ്റ്റ് 2015

















"ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ജനങ്ങളിലേക്കെത്തിക്കുന്നതിൽ വളരെ വലിയൊരു പങ്കാണ് പരസ്യഏജൻസികൾ നിർവഹിക്കുന്നത് . ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാടെന്ന വിശേഷണം ലോകം മുഴുവനെത്തിച്ചത് പരസ്യങ്ങളാണ്. വിശ്വാസ്യത പരസ്യത്തിലും ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണനിലവാരത്തിലുമുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന ലക്ഷ്യത്തിലെത്തി ചേരാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. നേരെ മറിച്ച് നല്ലതല്ലാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കായി എത്ര നല്ല പരസ്യം ചെയ്താലും ജനങ്ങൾ അതു തിരിച്ചറിയും".

– എ പി അനിൽകുമാർ
ടൂറിസം, പിന്നോക്കക്ഷേമവകുപ്പ് മന്ത്രി

കേരളത്തിന്റെ പരസ്യകലാ മികവ് ഉയർത്തിക്കാട്ടി കേരളാ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസീസ് അസോസിയേഷന്റെ ആഡ് ഫെസ്റ്റ് 2015 നവം. 27 മുതൽ 29 വരെ വയനാട് വൈത്തിരി റിസോർട്ടിൽ വർണ്ണോജ്വലമായി സംഘടിപ്പിക്കപ്പെട്ടു. കേരള ടൂറിസം, പിന്നോക്കക്ഷേമ വകുപ്പ് മന്ത്രി എ.പി അനിൽകുമാർ ആഡ്ഫെസ്റ്റ് ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. പരിപാടിയിൽ കെത്രിഎ ഫുക്ക ക്രിയേറ്റീവ് അവാർഡുകളും വിതരണം ചെയ്തു. സ്റ്റാർക്ക് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ഏജൻസി ഓഫ് ദ ഇയറായി തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. ദേശീയ തലത്തിലും സംസ്ഥാന തലത്തിലും വിവിധ വിഭാഗങ്ങളിലായാണ് മത്സരമുണ്ടായത്.

കെത്രിഎ ഫുക്ക നാഷണൽ ഗോൾഡ്മെഡൽ അവാർഡിനുള്ള മത്സരത്തിൽ പ്രിന്റ് വിഭാഗത്തിൽ ഗോൾഡും സിൽവറും ലോക്കൽ നെറ്റ്‌വർക്ക് സ്വന്തമാക്കി. ടെലിവിഷൻ വിഭാഗത്തിൽ ബ്രേക്ക് ത്രൂ ഗോൾഡും, മൺസൂൺ അഡ്വടൈസിംഗ് സിൽവറും സ്വന്തമാക്കി. റേഡിയോ വിഭാഗത്തിൽ റേഡിയോ മാംഗോ ഗോൾഡും ക്ലബ്ബ് എഫ്എം സിൽവറും നേടി. ഓൺലൈൻ (വീഡിയോ) വിഭാഗത്തിൽ സെൻട്രൽ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഗോൾഡും മൈത്രി അഡ്വർടൈസിംഗ് സിൽവറും നേടി. ഓൺലൈൻ (ഡിസ്പ്ലേ ആഡ്) വിഭാഗത്തിൽ ബിഗ്ഫോക്സ് അഡ്വർടൈസിംഗ് ഗോൾഡും സിൽവറും സ്വന്തമാക്കി.

സംസ്ഥാന തലത്തിൽ നടന്ന തിരഞ്ഞെടുപ്പിൽ പ്രിന്റ് വിഭാഗത്തിൽ സ്റ്റാർക്ക് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ഗോൾഡും സിൽവറും നേടി. ടെലിവിഷൻ വിഭാഗങ്ങളിൽ സ്റ്റാർക്ക് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ഗോൾഡും വെർചൽഐ സിൽവറും സ്വന്തമാക്കി. റേഡിയോ വിഭാഗത്തിൽ റേഡിയോ മാംഗോ ഗോൾഡും മെത്തേർഡ് അഡ്വടൈസിംഗ് സിൽവറും സ്വന്തമാക്കി. ഓൺലൈൻ (വീഡിയോ) വിഭാഗത്തിൽ സെൻട്രൽ അഡ്വർടൈസിംഗ് ഗോൾഡും വിന്നിംഗ്‌വെയ്സ് സിൽവറും സ്വന്തമാക്കി. ഓൺലൈൻ (ഡിസ്പ്ലേ ആഡ്) വിഭാഗത്തിൽ ചാവറ ആഡ്മീഡിയ ഗോൾഡും സിൽവറും സ്വന്തമാക്കി.

ജയനാരായണൻ (സീനിയർ ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടർ, JWT), ജെ.വാൾട്ടർ തോംസൺ (ഹിന്ദുസ്ഥാൻ തോംസൺ അസോസിയേറ്റ്സ്), ജാഫർ വെമ്മുള്ളി (സീനിയർ ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടർ, ഡിഡിബി മുദ്ര) തുടങ്ങിയ അഡ്വർടൈസിംഗ് രംഗത്തെ പ്രമുഖർ വിധികർത്താക്കളായ സമിതിയാണ് അവാർഡ് ജേതാക്കളെ തിരഞ്ഞെടുത്തത്.

വിഷ്നറി എന്റർപ്രണേഴ്സ് ചാറ്റിൽ ബിസിനസ് രംഗത്തെ പ്രമുഖരായ ജോയ് ആലുക്കാസ് (ചെയർമാൻ ആന്റ് എംഡി, ജോയ്ആലുക്കാസ് ഗ്രൂപ്പ്), ടി.എസ്. പട്ടാഭിരാമൻ (ചെയർമാൻ, കല്യാൺ സിൽക്സ്), ഡോ.എസ്.സജികുമാർ (എംഡി, ധാത്രി ആയുർവ്വേദ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്) തുടങ്ങിയവർ പങ്കെടുത്തു. സംവാദത്തിന് ശ്രീകണ്ഠൻ നായർ നേതൃത്വം നൽകി.

പരസ്യരംഗത്തെ പ്രമുഖരായ രാജ്നായർ (ചീഫ് ക്രിയേറ്റീവ്ഓഫീസർ, മാഡിസൺ ബിഎംബി) നേതൃത്വം നൽകിയ ക്രിയേറ്റീവ്സെഷനും ബ്രിജേഷ്ജേക്കബ് (എംഡി, 22 ഫീറ്റ്ട്രൈബൽ വേൾഡ്‌വൈഡ്) നേതൃത്വം









നൽകിയ ഡിജിറ്റൽ സെഷനും നടന്നു. മാധ്യമരംഗത്തെ മാറ്റങ്ങളെ പറ്റി വർഗീസ് ചാണ്ടി (മലയാള മനോരമ ചീഫ് ജനറൽ മാനേജർ മാർക്കറ്റിങ്) ശ്യാമപ്രസാദ് (അമൃത ടിവി പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ) എന്നിവർ പ്രഭാഷണങ്ങൾ നടത്തി.

സിനിമാ സംവിധായകരുടെ സംവാദത്തിന് പ്രശസ്ത തിരകഥാകൃത്തായ ആർ. വേണുഗോപാൽ നായർ നേതൃത്വം നൽകി. സംവിധായകരായ ലാൽജോസ്, ആഷിക് അബു, ലിജോ ജോസ് പല്ലിശ്ശേരി തുടങ്ങിയവർ പങ്കെടുത്തു. ചടങ്ങിൽ കെത്രിഎ സംസ്ഥാന പ്രസിഡന്റ് ജെയിംസ്വളപ്പില. ഐഎൻഎസ് പ്രസിഡന്റ് പി.വി. ചന്ദ്രനെ പൊന്നാട അണിയിച്ച് ആദരിച്ചു.

കൂടാതെ പ്രശസ്ത റേഡിയോ ജോക്കികളായ ബാലകൃഷ്ണൻ (ആൾ ഇന്ത്യ റേഡിയോ), പ്രിയൻ രാജ്ജി. (ക്ലബ്ബ്എഫ്എം), അരുൺ മാത്യു (റെഡ് എഫ്എം), ബെൻസി അയ്യംമ്പിള്ളി (റേഡിയോ മാംഗോ), മനോജോസ്(റേഡിയോ മാംഗോ) തുടങ്ങിയവർ നടത്തുന്ന ചാറ്റ്ഷോയും ഉണ്ടായിരുന്നു.

ഇതിനെല്ലാം പുറമെ സിനിമാരംഗത്തെ ഒട്ടനേകം കലാകാരന്മാർ അണിനിരന്ന കലാസന്ധ്യയും ഈവന്റിനെ ആവേശോജ്വലമാക്കി.

കെത്രിഎ സംസ്ഥാന പ്രസിഡന്റ് ജെയിംസ് വളപ്പില, കെത്രിഎ ചീഫ് പാട്രൻ ജോസഫ് ചാവറ, ജനറൽസെക്രട്ടറി സുന്ദർകുമാർ, ആഡ് ഫെസ്റ്റ് ജനറൽ കൺവീനർ രാജു മേനോൻ, ചെയർമാൻ പി.ടി. അബ്രഹാം, കൺവീനർ പി.എം. കുട്ടി തുടങ്ങിയവർ ചടങ്ങിന് നേതൃത്വം നൽകി.



പി. സുന്ദർകുമാർ
സംസ്ഥാന പ്രസിഡന്റ്



രാജു മേനോൻ
ജന.സെക്രട്ടറി



എച്ച്. രാമപ്രസാദ്
ട്രഷറർ

കെത്രിഎയ്ക്ക് പുതിയ ഭാരവാഹികൾ

കെത്രിഎയുടെ അടുത്ത രണ്ടു വർഷത്തേക്കുള്ള ഭാരവാഹികളെ തെരഞ്ഞെടുത്തു. സംസ്ഥാനപ്രസിഡന്റായി പി. സുന്ദർകുമാർ (രമ്യ അഡ്വർടൈസിംഗ് മാനേജിംഗ് പാർട്ട്ണർ) ജന.സെക്രട്ടറിയായി രാജുമേനോൻ (മൈത്രി അഡ്വർടൈസിംഗ് ഡയറക്ടർ ഓപ്പറേഷൻസ്) ട്രഷററായി എച്ച്. രാമപ്രസാദ് എന്നിവരാണ് തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടത്. മറ്റു ഭാരവാഹികൾ ജോസ് വള്ളൂർ, രാജ്കുമാർ, ജോൺസ് വളപ്പില (വൈസ് പ്രസിഡന്റുമാർ), ജിഷൻ ദാസ്, ജയചന്ദ്രൻ നായർ (ജോ.സെക്രട്ടറി), ജയിംസ് വളപ്പില (ഐപിപി), ജേക്കബ് തരകൻ (അഡ്വൈസറി ബോർഡ് ചെയർമാൻ), സോണൽ പ്രസിഡന്റുമാരായി ശാസ്തമംഗലം മോഹൻ (തിരുവന്തപുരം), ടോമിച്ചൻ (കോട്ടയം), ഷാജി (എറണാകുളം), ദേവൻ നായർ (തൃശ്ശൂർ), സ്വാമിനാഥൻ (പാലക്കാട്), പി.എ. മാത്യു (കോഴിക്കോട്), രാജീവ് എളയാവൂർ (കണ്ണൂർ) എന്നിവർ സ്ഥാനമേറ്റു. ചീഫ് പേട്രൻ ജോസഫ് ചാവറ സത്യവാചകം ചൊല്ലിക്കൊടുത്തു.



മനസ്സുതുറന്ന് ദിലീപ്

എന്തുകൊണ്ടാണ് ജനങ്ങൾ ദിലീപിനെ ഇത്ര ഇഷ്ടപെടുന്നത്. സിഐഡി മൂസ ഇന്നും ടെലിവിഷനിൽ പ്രേക്ഷകരെ പൊട്ടിച്ചിരിപ്പിക്കുന്നു. മായാമോഹിനി, കുഞ്ഞിക്കൂനൻ, ചാന്തുപൊട്ട് സിനിമകളിലെ വേഷപകർച്ചകൾ മലയാളികൾക്ക് ഒരിക്കലും മറക്കാനാവില്ല. സാധാരണ ക്കാരിൽ ഒരാളായി അവരുടെ ഇഷ്ടങ്ങളറിഞ്ഞ് കഥാപാത്രങ്ങൾക്ക് ജീവൻ കൊടുക്കാനുള്ള അദ്ദേഹ ത്തിന്റെ കഴിവ് തന്നെയാണിതിന്റെ പിന്നിലെ രഹസ്യം. ചിരിച്ചും ചിരി പ്പിച്ചും മലയാളി പ്രേക്ഷകഹൃദയങ്ങൾ കീഴടക്കിയ ഈ ജനപ്രിയ നായകന് തനിക്ക് ചുറ്റും നടക്കുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ വ്യക്തവും ശക്തവുമായ അഭിപ്രായങ്ങളുണ്ട്. പരസ്യ-സിനിമാ മേഖലയെക്കുറിച്ചും വ്യക്തിപരമായി തനിക്കു നേരിടേണ്ടി വന്ന പ്രശ്നങ്ങളെക്കുറിച്ചും ദിലീപ് മനസ്സു തുറക്കുന്നു....

പരസ്യവും സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധതയും തമ്മിൽ

എനിക്കിത്തരം വിഷയങ്ങളിൽ വ്യക്തമായ നിലപാടുകളുണ്ട് . ഒരു പരസ്യം ഏറ്റെടുക്കുമ്പോൾ സമൂഹത്തോടുള്ള ധാർമ്മികമായ ഉത്തരവാദിത്വം തീരുന്നില്ല എന്നു കരുതുന്നയാളാണ് ഞാൻ. കാരണം ജനങ്ങളുടെ സ്നേഹവും നമുക്കവർക്കിടയിലുള്ള സ്വാധീനവും കണ്ടില്ലെന്ന് നടിക്കരുത്. നല്ല ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ പരസ്യമല്ല ചെയ്യുന്നതെങ്കിൽ ഒരു സമൂഹത്തെ തന്നെയല്ലേ നാം വഴിതെറ്റിക്കുന്നത്. അത്തരം പ്രോഡക്ടുകളുടെ വ്യാപകമായ ഉപയോഗത്തിലേക്കു കാര്യങ്ങളെത്താനുള്ള സാഹചര്യം വരെയിതിലുണ്ട്. ഇങ്ങനെയുള്ള വിഷയങ്ങളിൽ വളരെ ശ്രദ്ധയോടെ വേണം തീരുമാനമെടുക്കാൻ അല്ലെങ്കിൽ നമ്മളെടുക്കുന്ന ഒരു തീരുമാനം നാളെ ഒരുപാട് പേരെ നാശത്തിലേക്ക് നയിച്ചേക്കാം. അതുകൊണ്ട് ഞാൻ അടുത്തറിയാവുന്ന, ഉപയോഗിച്ചു നോക്കിയ, വസ്തുക്കൾക്കു മാത്രമേ പരസ്യം ചെയ്യാറുള്ളു.

സെലിബ്രിറ്റികളുടെ അനുവാദം കൂടാതെ അവരുടെ ചിത്രങ്ങൾ പരസ്യങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന പ്രവണത വ്യാപകമാണല്ലോ

അതെ , അതൊരിക്കലും സംഭവിക്കാൻ പാടില്ലാത്ത കാര്യമാണ് . ഇത്തരം പരസ്യങ്ങളിലൂടെ യാതൊരു നേട്ടവും നടീനടന്മാർക്കില്ല. ഇന്റലിജന്റ് പ്രോപ്പർട്ടി പോലെതന്നെ ഇതിനെതിരെയും നിയമങ്ങളുണ്ട്. എന്നാലവയൊന്നും വേണ്ട രീതിയിൽ ഉപയോഗിക്കാൻ സാധിക്കുന്നില്ല. ഇതിലെ പ്രധാനപ്രശ്നം മനസാക്ഷിയുടേതാണ്. സെലിബ്രിറ്റിയുടെ ഇമേജ് വെറുതെയൊരു ദിവസം കൊണ്ട് ഉണ്ടായി വരുന്നതല്ല. അതിനു പിന്നിൽ എത്രകാലത്തെ അധ്വാനം കാണും, കഷ്ടപാടുകൾ കാണും, ഇത്രയേറെ പ്രതിബന്ധങ്ങളെ അതിജീവിച്ച് നേടിയെടുത്ത അത് മറ്റുള്ളവർ ചൂഷണം ചെയ്യുന്നത് ശരിയാണോ?

സോഷ്യൽ മീഡിയ റിവ്യൂകൾ സിനിമാവ്യവസായത്തെ ബാധിക്കുന്നു

തീർച്ചയായും സോഷ്യൽമീഡിയകളെ ചിലർ ഇത്തരത്തിൽ ദുരുപയോഗപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. ഇത്തരത്തിലുള്ള റിവ്യുകളിൽ കൂടുതലും സിനിമ പുറത്തിറങ്ങുന്നതിനു മുൻപാണെന്നു ശ്രദ്ധിച്ചിട്ടുണ്ടോ? എല്ലാവരും ജേർണലിസ്റ്റുകളായതാണ് ഇതിനൊക്കെ



കാരണം. ജേർണലിസം പഠിക്കാത്ത അതിന്റെ എത്തിക്സിനെക്കുറിച്ചറിയാത്തവരുടെ വിരൽ ത്തുമ്പിൽ ഇത്തരം മാധ്യമങ്ങൾ ലഭ്യമാണെന്നുള്ള താണ് ഏറ്റവും സങ്കടകരമായ കാര്യം.

വെറുതെ ഓരോ കഥകൾ ഇവർ പടച്ചുവിടു കയാണ് ഇതിൽ ഒരു ശതമാനം പോലും സത്യം ഉണ്ടായിരിക്കില്ല. പക്ഷേ ഇതൊക്കെ സിനിമയെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കുകയും ചെയ്യും. ജനി ക്കാൻ പോകുന്ന കുഞ്ഞിന്റെ ജാതകമാണവർ എഴു തുന്നത്, എന്താണതിന്റെ ലക്ഷ്യം? ഒരു സിനിമ പോലും പ്രൊഡ്യൂസ് ചെയ്യാത്ത ഇവർ സിനി മയ്ക്കായി കോടികൾ ചെലവഴിക്കുന്ന പ്രൊ ഡ്യൂസറെ നഷ്ടത്തിലാക്കുകയാണ്.

ദിലീപിനു നേരെയുണ്ടായ സോഷ്യൽ മീഡിയ ആക്രമണങ്ങൾ?

സത്യത്തിൽ നിങ്ങളെപ്പോലെയുള്ളവർ പറ ഞ്ഞാണ് ഇതു ഞാനറിയുന്നത് തന്നെ. സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ വലിയ കുപ്രചരണങ്ങൾ എനിക്കെതി രെയുണ്ടായി. എന്റെ പേഴ്സണൽ ലൈഫിലുണ്ടാ യിരുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ പോലും ചിലർ ആഘോഷി ച്ചു. വളച്ചൊടിച്ചു കാര്യങ്ങളവതരിപ്പിച്ചു. എന്തി നാണിതൊക്കെ ചെയ്യുന്നതെന്ന് എനിക്കറിയില്ല. ഒരു പ്രശ്നവും ഇല്ലാതെ എല്ലാം തികഞ്ഞവരായി ആരെങ്കിലുമുണ്ടോ ഈ ലോകത്ത്. എന്റെ ജീവി തത്തിൽ യഥാർത്ഥത്തിൽ സംഭവിച്ചതെന്താ ണെന്ന് അന്വേഷിക്കാതെ വന്ന ഇത്തരം വാർത്ത കൾ മാനസികമായി വളരെ വിഷമിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ എനിക്കാരോടും പരിഭവമില്ല. ചെറുപ്പം മുതൽ എന്നെ കണ്ടു തുടങ്ങിയവരാണ് മലയാ ളികൾ എവിടെ ചെന്നാലും അവരുടെ സ്നേഹം എന്നോടൊപ്പമുണ്ട്. മകനായി, സഹോദരനാ യി അവരെന്നെ കരുതുന്നു. ഈ പ്രതിസന്ധി കളിലെല്ലാം പ്രേക്ഷകർ എന്നോടൊപ്പം നിന്നു. അവരാണ് എന്നെ ഇന്നത്തെ നിലയിലെത്തിച്ചത്. അവരുടെ സ്നേഹവും ആശീർവാദവും ഒപ്പമുള്ള പ്പോൾ മറ്റൊന്നിനെക്കുറിച്ചും ചിന്തിച്ചു തളരേണ്ട തില്ല എന്നു തന്നെയാണ് എന്റെ വിശ്വാസം.

സ്ത്രീ കഥാപാത്രം ഉൾപ്പെടെ വ്യത്യസ്തമായ വേഷങ്ങൾ..

എനിക്കു വ്യത്യസ്തമായ കഥാപാത്രങ്ങൾ ചെയ്യാൻ കഴിഞ്ഞ തിൽ സന്തോഷമുണ്ട്. പ്രേക്ഷകർ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത് വ്യത്യസ്ത തയാണ്. എന്നാൽ അത് നന്നായി ചെയ്യണമെങ്കിൽ പരിശ്രമം ആവശ്യമാണ്. ഒരോ ദിവസവും പുതിയ പുതിയ കാര്യങ്ങൾ അതി നായി പഠിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. അതൊരു ചലഞ്ച് തന്നെ യായിരുന്നു. ആദ്യമൊക്കെ കഥാപാത്രങ്ങൾ ചെയ്യുമ്പോൾ മന സ്സിലൊരു പേടി മിമിക്രി സ്റ്റൈലാകുമോ എന്തെങ്കിലും കോമാ ളിത്തരമാകുമോ അതൊന്നുമല്ലെങ്കിൽ പ്രേക്ഷകർ എങ്ങനെ സ്വീകരിക്കുമെന്നൊക്കെ. അതിനാൽ ഒരോന്നിനും വേണ്ടി ഒരുപാ ട് ഒബ്സർവേഷൻ വേണ്ടി വന്നു. പ്രത്യേകിച്ച് മായാമോഹിനി സിനിമയ്ക്കു വേണ്ടി സ്ത്രീകളുടെ സ്വഭാവം പഠിക്കേണ്ടി വന്നു. സിനിമ കഴിഞ്ഞതിനു ശേഷവും ആ എഫക്ട് നീണ്ടു നിന്നു. ഒരു സ്ത്രീ ആയതു പോലെതന്നെ തോന്നി.

പുട്ട് റെസ്റ്റോറന്റ്..

കലർപ്പില്ലാത്ത നാടൻ ഭക്ഷണം ലഭ്യമാക്കുക എന്ന ആഗ്ര ഹമായിരുന്നു അതിനു പിന്നിൽ ഇപ്പോ എവിടെ നോക്കിയാലും കളറിൽ മുങ്ങി നിൽക്കുന്ന ഫാസ്റ്റ് ഫുഡ് ഐറ്റംസല്ലേ? അതിൽ നിന്നൊന്ന് വഴിമാറി ചിന്തിച്ചു. അപ്പോ പുട്ട് എന്ന നമ്മുടെ നാടൻ ആഹാരമാണ് മുന്നിൽ തെളിഞ്ഞത്. അതിൽ നമ്മൾ ഒന്നും ചേർ ക്കുന്നില്ല. അതുകൂടുതലും പ്രഭാതഭക്ഷണമായാണല്ലോ കഴി ക്കുക എന്നാൽ അങ്ങനെയുള്ള ശുദ്ധഭക്ഷണങ്ങളെ ഏതു സമയ ത്തും ലഭ്യമാക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനം തുടങ്ങാമെന്നായി പിന്നെ ബാക്കി കാര്യങ്ങളും ശരിയായപ്പോൾ റെസ്റ്റോറന്റ് റെഡി. കസ്റ്റ മേഴ്സിനെ കൺകണ്ട ദൈവങ്ങളെപോലെയാണ് ഇവിടെ കണ ക്കാക്കുന്നത്.

പുതിയ ചിത്രങ്ങൾ...

രണ്ടു രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നു വരുന്ന രണ്ടു 'കൺട്രി'കളുടെ കഥ പറ യുന്ന ടൂ കൺട്രീസ്. ഷാഫിയാണ് സംവിധാനം. പ്രേക്ഷകർ എന്നിൽ നിന്നു പ്രതീക്ഷിക്കുന്നതു പോലെ തന്നെ ഇതൊരു 100 ശതമാനം എന്റർടെയ്ൻമെന്റ് സിനിമയാണ്. സിഐഡി മൂസയുടെ രണ്ടാം ഭാഗം, സുന്ദർദാസ് സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന വെല്കം ടു സെൻട്രൽ ജയിൽ എന്നിവയാണ് വരാനിരിക്കുന്ന ചിത്രങ്ങൾ.

ജ്യോതിസ് മേരി ജോൺ

jyothismary663@gmail.com



ജോസഫ് വി ഫെർണാണ്ടസ്

കാലത്തെ ജയിച്ച സ്വരശിൽപ്പി..

സംഗീതോപകരണങ്ങളെപ്പറ്റി ഗവേഷണം നടത്താൻ കേരളത്തിലെത്തിയ ആ അമേരിക്കക്കാരന്റെ കൈയ്യിൽ സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ ഒരു നീണ്ട ലിസ്റ്റുമുണ്ടായിരുന്നു. അതിൽ പഞ്ചവാദ്യം മാത്രം തരാമെന്ന് ജോയി പറഞ്ഞു. എന്നാൽ അതിലുള്ള എല്ലാ ഉപകരണങ്ങളും വേണമെന്നായി പീറ്റർ.

ആധുനിക ഇലക്ട്രോണിക് സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ കടന്ന് കയറ്റത്താൽ ലോകമെമ്പാടുമുള്ള പരമ്പരാഗത സംഗീതോപകരണങ്ങൾ അന്യം നിന്നു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. എന്നാൽ ഇവ ഇല്ലാതാകുന്നതോടെ നമുക്ക് നഷ്ടമാകുന്നത് മഹത്തായ ഒരു സംഗീത പൈതൃകം തന്നെയാണ്. ഇവിടെയാണ് ജോയി എന്നു വിളിപ്പേരുള്ള ജോസഫ് വി ഫെർണാണ്ടസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മഹത്തരമാകുന്നത്. വിസ്മൃതിയിലാണ്ടുപോയ വാദ്യോപകരണങ്ങളെ ഒരു നോക്ക് കാണുവാനും ആസ്വദിക്കുവാനും അവയെ കുറിച്ച് പഠനം നടത്തുവാനും നിങ്ങൾക്ക് അദ്ദേഹത്തിന്റെ നാൽപത് വർഷം പഴക്കമുള്ള ജോയി മ്യൂസിക് എന്ന സ്ഥാപനത്തിലെത്താം. അവിടെ പഴംപാട്ടിന്റെ തുയിലുണർത്തൽ കേൾക്കാം. ഇതുവരെ ജോയി നടത്തിയ നിരന്തര അന്വേഷണങ്ങൾ പലപ്പോഴും ഒന്നുകിൽ ഒരു പ്രാചീന സംഗീതോപകരണത്തിന്റെ പുനർജന്മത്തിലേക്കോ അല്ലെങ്കിൽ പുതിയ മറ്റൊന്നിന്റെ പിറവിയിലേക്കോ ആണ് വഴിതെളിച്ചിട്ടുള്ളത്. കേരളത്തിലെ മൺമറഞ്ഞുപോയ സംഗീതോപകരണങ്ങളിൽ 90 ശതമാനത്തോളം ഈ അതുല്യപ്രതിഭയുടെ വിരലുകളിലൂടെ പുനർജന്മം നേടിക്കഴിഞ്ഞു.

സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ തോഴൻ

സംഗീതത്തിന്റെ സ്വരങ്ങൾ ഏഴായി വിരിയും മുമ്പ് സംഗീതത്തിന് അഞ്ച് സ്വരങ്ങൾ മാത്രമേ ഉണ്ടായിരുന്നുള്ളു. അതിനെ പെന്റാറ്റോണിക്ക് മ്യൂസിക് സിസ്റ്റം എന്ന് വിളിച്ചിരിന്നു. ഇന്നും ആദിവാസികളുടെ സംഗീതത്തിൽ അഞ്ച് സ്വരങ്ങൾ മാത്രമേ ഉള്ളു. ആദിമമനുഷ്യർ ഉപകരണങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചിരുന്നത് സംഗീതത്തിനായിരുന്നില്ല വാർത്താവിനിമയത്തിനും, വന്യമൃഗങ്ങളിൽ നിന്നും സംരക്ഷണം നേടുന്നതിനും മറ്റുമായിരുന്നു. ലോഗോ ഡ്രം, പെരുംബറ, പുലിഅമറി, എലിമൂളി, കൊളംതട്ടയ്, തമ്പർ, ലിദാംഗുമാമി എന്നിവ അവയിൽ ചിലത് മാത്രം. വിനോദത്തിനും സാംസ്കാരികോന്നമനത്തിനും ഉപാധികളായിത്തീർന്ന ഇവയിൽ പലതും ഇന്ന് പഴമക്കാരുടെ വാമൊഴിയിൽ മാത്രം ജീവിക്കുന്നവയാണ്. എന്നാൽ മൺമറഞ്ഞെന്നു കരുതിയ ഇവയെല്ലാം ജോയിയുടെ കൈയ്യിൽ ഭദ്രം. ഇന്നത്തെ തലമുറ കണ്ടിട്ടില്ലാത്തതും, കേട്ടറിവുപോലുമില്ലാത്തതുമായ പാശ്ചാത്യവും പൗരസ്ത്യവുമായ ധാരാളം വാദ്യോപകരണങ്ങൾ ഇവിടെ കാണാം. കിടുപിടി, ഉറുമ്പ്, പാമ്പ്, ബേർഡ്, മരത്തവള, ആഫ്രിക്കകാരുടെ ഡിജിരിഡൂസ്, കലാമ്പാസ്, സൻസാർ, റത്താക്ക്, ബറിൻബാവോ കൂടാതെ സ്വദേശി ഉപകരണങ്ങളായ നന്തുണി, ഉറുമി, ജമഡിക്ക, ബുറ, ബുസരി, ഏകതാരി, കുടുക്കവീണ, കിടിമുത്ത്, സ്വാതിതിരുനാൾ സ്വന്തമായി രൂപകല്പന ചെയ്ത സ്വരബത്ത് പണ്ട് രാജാക്കന്മാർ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന യാഴുകൾ, കാഹളം ഊതുവാൻ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന തൂത്താരി, നരസിംഗാ എന്നിവ അവയിൽ ചിലത് മാത്രം.

ഒരു വിദേശിയുടെ വരവ്

ഗിറ്റാറിന്റെ തന്ത്രികൾ മീട്ടുമ്പോഴും ജോയിയുടെ മനസ്സിൽ ആ ഈണം മാത്രമല്ലാ ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഈണത്തിന്റെ, താളത്തിന്റെ ഒരായിരം വൈവിധ്യങ്ങൾക്കായി അദ്ദേഹം ഇപ്പോഴും വ്യത്യസ്തമായ അന്വേഷണങ്ങൾ തുടർന്ന് കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. നാദം കുടിയിരിക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങൾ തേടിയുള്ള ജോയിയുടെ യാത്രകളുടെ തുടക്കവും വ്യത്യസ്തമായിരുന്നു. ഇതിനായി പ്രചോദനം ലഭിച്ചത് ഒരു വിദേശിയിൽ നിന്നാണെന്ന് അദ്ദേഹം പറയുന്നു. ചെറുപ്പം മുതൽ സംഗീതത്തെ പ്രണയിച്ചിരുന്ന ജോയ് തിരുവനന്തപുരത്തെ തന്റെ വീടിനോടു ചേർന്ന് സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ ഒരു കട തുടങ്ങി. വളരെക്കുറച്ച് ഉപകരണങ്ങൾ മാത്രമേ അവിടെ ലഭ്യമായിരുന്നുള്ളൂ. അതങ്ങനെ തുടർന്നു പോകുമ്പോഴാണ് ഒരു ദിവസം പീറ്റർ എന്നു പേരുള്ള ഒരു സായിപ്പ് കടയിൽ വന്നത്. സംഗീതോപകരണങ്ങളെപ്പറ്റി ഗവേഷണം നടത്താൻ കേരളത്തിലെത്തിയ ആ അമേരിക്കക്കാരന്റെ കൈയ്യിൽ സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ ഒരു നീണ്ട ലിസ്റ്റുമുണ്ടായിരുന്നു. അതിൽ പഞ്ചവാദ്യം മാത്രം തരാമെന്ന് ജോയി പറഞ്ഞു. എന്നാൽ അതിലുള്ള എല്ലാ ഉപകരണങ്ങളും വേണമെന്നായി പീറ്റർ. ആ കുറിപ്പാണ് ജോയിയുടെ ജീവിതത്തിൽ ഒരു വലിയ വഴിത്തിരിവായത്. പിന്നെ അയാൾക്കുവേണ്ടി സംഗീതോപകരണങ്ങൾ തേടാൻ ആരംഭിച്ചു.

അതിനായി കേരളമൊട്ടാകെയുള്ള നാടൻ കലാകാരന്മാരുടെ മേൽവിലാസങ്ങൾ ശേഖരിച്ചു. ആദ്യം ചെന്ന് എത്തിയത് കോട്ടയം ജില്ലയിൽ അപ്പാച്ചിറയിലുള്ള കുഞ്ഞ്കുഞ്ഞ് പുള്ളുവരുടെ വസതിയിലായിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ പക്കൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഗുരുനാഥൻ സമ്മാനിച്ച വർഷങ്ങൾ പഴക്കമുള്ള കടുംതുടി, കിങ്ങിണി അരിവാ, ബൂറ, കിണ്ണിരം, അഗപൈ കിങ്ങരി തുടങ്ങിയ ധാരാളം സംഗീതോപകരണങ്ങൾ ഉണ്ടായിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ നിർദ്ദേശപ്രകാരം ജോയി പലകലാകാരന്മാരെയും സമീപിച്ചു. ഓരോ കലാകാരന്മാരുടെ വ്യത്യസ്തമായ അനേകം ഉപകരണങ്ങളെക്കുറിച്ച് പറയുകയുണ്ടായി. പിന്നീട് തീരാത്ത അന്വേഷണങ്ങളായിരുന്നു. കേട്ടറിവ് മാത്രമുണ്ടായിരുന്ന ഒരുപാട് സംഗീതോപകരണങ്ങൾ കാലത്തിന്റെ കൈയ്യിൽ നിന്ന് മോക്ഷം നേടാൻ കൊതിക്കുന്നുണ്ടെന്നൊരു ഉൾവിളി. അത് യാത്രകളിൽ നിന്നു യാത്രകളിലേക്കും ഗവേഷണങ്ങളിലേക്കും വഴി നയിച്ചു. ഇതുവരെയുള്ള യാത്രയിൽ അത്ഭുതകരവും അവിസ്മരണിയവുമായ ധാരാളം മുഹൂർത്തങ്ങൾക്ക് സാക്ഷിയായി, ചരിത്രം സ്പന്ദിക്കുന്ന സംഗീതോപകരണങ്ങൾ കണ്ടെത്തി. കേരളത്തിലെ ആദ്യത്തെ നിരണം കൃതിയായ രാമകഥാ പാട്ട് പാടുവാൻ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന ചന്ദ്രവളയം, ഷഡ്കാല ഗോവിന്ദമാരാരുടെ ജന്മനാടായ രാമമംഗലത്ത് ഉടലെടുത്ത കുടുക്കവീണ, കവി ഒളപ്പമണ്ണയുടെ മനയിൽ നിന്ന് ലഭിച്ച നന്ദുണി, ഉരുതുടി വിരാണം ആദിവാസി ഊരുകളിൽ നിന്ന് ലഭിച്ച എലിമൂളി, ഉറുമ്പ്, പോറ, ദവിൽ, കോഹാൽ എന്നിവ ഇവയിൽ ചിലത് മാത്രം. ഓരോ ഉപകരണങ്ങളും കൈയ്യിൽ എത്തുമ്പോൾ അതിന്റെ ചരിത്രവും നിർമ്മാണരീതിയും മാത്രമല്ല അത് നന്നായി കൈകാര്യം ചെയ്യുവാനും ജോയി പഠിച്ചിരിക്കും. ലോകത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലുള്ള







സംഗീത ഗവേഷകരുടെ പ്രിയപ്പെട്ട വഴിക്കാട്ടിയാണ് ഇപ്പോൾ അദ്ദേഹം.

സ്വരങ്ങൾ പുനർജ്ജനിക്കുന്നു

പണ്ടെങ്ങോ മൺമറഞ്ഞു പോയ സംഗീതോപകരണങ്ങളെ അതിന്റെ സവിശേഷതകളൊന്നും ചോർന്നു പോകാതെ നാദലോകത്തേക്കു മടക്കികൊണ്ടുവരികയെന്ന ഭഗീരഥപ്രയത്നത്തിൽ മുഴുകുക എന്നത് തന്നെ വളരെ കഠിനമായി മറ്റുള്ളവർക്ക് തോന്നാം. എന്നാൽ വാമൊഴിയിൽ നിന്നു മാത്രമാർജ്ജിച്ച അറിവുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് അതെങ്കിലോ? അവിടെയാണ് ജോയ് തന്റെ പ്രതിഭയും സംഗീതത്തോടുള്ള പ്രണയവും ചേർത്തുവയ്ക്കുന്നത്. എന്നോ സ്വരത്തിന്റെ ആത്മാവ് വേർപ്പെട്ടു പോയ ഏഴായിരത്തിലധികം ഉപകരണങ്ങൾ ഇങ്ങനെ ഈ കലാകാരന്റെ കൈകളിലൂടെ പുനർജനിച്ചു കഴിഞ്ഞു.

ചിരകാലസ്വപ്നങ്ങൾ പൂവണിഞ്ഞു

നീണ്ട പത്തിരുപത് വർഷക്കാലം കൊണ്ട് ശേഖരിച്ച ഉപകരണങ്ങളും പുനർനിർമ്മിച്ച ഉപകരണങ്ങളും കൂട്ടിച്ചേർത്ത് ലോകത്തിലെ തന്നെ ഏറ്റവും വലിയ ഒരു മ്യൂസിയം ഉണ്ടാക്കണമെന്ന് അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വപ്നം. രണ്ടായിരത്തോളം വരുന്ന ഉപകരണങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുന്നത് ബുദ്ധിമുട്ടായിരുന്നു. കേരളാ ഫോക്‌ലോർ അക്കാദമി ഈ ഉപകരണങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുവാൻ തീരുമാനിച്ചു. ഉപകരണങ്ങൾ കൈമാറുകയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ ഇവ പാലക്കാട് ജില്ലയിൽ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന കല്പാത്തിയിൽ കേരളാ പുരാവസ്തുവിന്റെ പൈതൃക മ്യൂസിയത്തിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചിരിക്കുകയാണ്. വിസ്മൃതിയിൽ പെട്ടു പോയ ധാരാളം ഉപകരണങ്ങൾ ഇനിയും അവശേഷിക്കുകയാണ്. അവയിൽ പലതിന്റെയും സവിശേഷതകൾ ലഭ്യമല്ലെന്നതാണ് ഏറ്റവും വലിയ പ്രശ്നം. പേരുകൾ മാത്രമറിയാം. എന്നാൽ അതുകൊണ്ടൊന്നും തോറ്റു പിൻമടങ്ങാൻ അദ്ദേഹം ഒരുക്കമല്ല. നിരന്തരമായ ഗവേഷണ-പരീക്ഷണങ്ങളിൽ നിന്നു ശക്തിയാർജ്ജിച്ച് കാലത്തിനപ്പുറത്തേക്ക് കടന്നു ചെന്ന് ആ അമൂല്യ സംഗീതോപകരണങ്ങളെയും ഭാവി തലമുറയ്ക്കും സംഗീതകലയ്ക്കും സമ്മാനിക്കാനാണ് തീരുമാനം. ആ പരിശ്രമങ്ങൾക്കും നിശ്ചയദാർഢ്യത്തിനും മുന്നിൽ കാലം മുട്ടുമടക്കുമെന്നത് തീർച്ച..

കേരളത്തിലെ ആദ്യത്തെ സംഗീതോപകരണ ചരിത്ര ഗ്രന്ഥം

പഴമക്കാരിൽ നിന്നും ലഭിച്ച സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ ചരിത്രം ഐതിഹ്യം നിർമ്മാണം വായനാസമ്പ്രദായം തുടങ്ങി സംഗീതോപകരണങ്ങളുടെ ഉൽപ്പത്തി മുതലായവ കോർത്തിണക്കി തന്റെ ദീർഘനാളത്തെ ഗവേഷണങ്ങളുടെ ഫലമായി ലഭിച്ച അറിവുകൾ *വാദ്യകലാവിജ്ഞാനീയം* എന്ന തന്റെ ഗ്രന്ഥത്തിലൂടെ ഇന്ന് ലോകത്തെ അറിയിക്കുകയാണ് അദ്ദേഹം. കേരളത്തിൽ മാത്രം മുന്നൂറോളം സംഗീതോപകരണങ്ങളാണ് ഉള്ളതെന്ന് അദ്ദേഹം പറയുന്നു. അതിൽ ശേഖരിക്കാൻ സാധിച്ച അത്രയും ചരിത്രങ്ങൾ ഈ ഗ്രന്ഥത്തിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. കിട്ടാത്ത ചരിത്രങ്ങൾ തേടിയുള്ള യാത്രയിലാണ് അദ്ദേഹം. ഈ പുസ്തകം സംഗീതവിദ്യാർത്ഥികൾക്കും ഗവേഷകർക്കും ഒരു മുതൽകൂട്ടാണ്.





നാദം സർവ്വമയം

പരമ്പരാഗത സംഗീതോപകരണങ്ങളെ സ്നേഹിക്കുക അവയെ സംരക്ഷിക്കുക അതാണ് ജോയിയുടെ മുദ്രാവാക്യം.

അന്യം നിന്ന് പോയ ഈ വാദ്യങ്ങൾ ലോകമെമ്പാടും തിരിച്ചുവരുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോട് കൂടി അന്താരാഷ്ട്ര സംഗീതോപകരണ ഗവേഷണകേന്ദ്രം എന്ന പേരിൽ ഒരു പരിശീലന കേന്ദ്രം കൂടി ഇതിന്റെ ഭാഗമായി തുടങ്ങി. അന്നത്തെ സാംസ്കാരികവകുപ്പ് മന്ത്രിയായിരുന്ന ശ്രീ.എ.പി. അനിൽകുമാറാണ് ഉദ്ഘാടനം നിർവ്വഹിച്ചത്. പക്ഷെ ഈ മഹാസംരംഭത്തിന് സർക്കാരിൽ നിന്നോ, സംഘടനകളിൽ നിന്നോ ഒരു സഹായവും ഇന്നേവരെ അദ്ദേഹത്തിന് ലഭിച്ചിട്ടില്ല. സ്വന്തമായി സ്റ്റൈഫന്റ് നൽകി നിർമ്മാണ പരിശീലന കോഴ്സ് നടത്തിവരികയാണ്. ഇതിൽ തൽപരരായ വ്യക്തികളെ കണ്ടെത്തികൊണ്ടിരിക്കുകയാണ് അദ്ദേഹം ഇപ്പോൾ. സംഗീതം എവിടെയുമുണ്ട് എന്നു തെളിയിക്കുന്നതാണ് ദീർഘനാൾ നീണ്ട ഗവേഷണങ്ങളുടെ ഫലമാണ് ജോയി സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഓരോ പുതിയ സംഗീതോപകരണങ്ങളും. കൊതുമ്പ്, വെള്ളയ്ക്ക തുടങ്ങി നിസ്സാരമെന്നു തോന്നുന്ന പാഴ്വസ്തുക്കൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിരൽ സ്പർശത്തിലൂടെ കർണ്ണാനന്ദകരമായ സ്വരങ്ങൾ പൊഴിക്കുന്ന സംഗീതോപകരണങ്ങളാകുന്നത് വിസ്മയത്തോടെ മാത്രമേ കാണാനാകൂ. ദീർഘനാൾ നീണ്ട ഗവേഷണങ്ങളുടെ ഫലമായി ഇവിടെ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്ന ഓരോ പുതിയ സംഗീതോപകരണങ്ങളും. തെങ്ങിൽ നിന്നും മുന്നൂറിൽപരം സംഗീതോപകരണങ്ങൾ നിർമ്മിക്കാമെന്ന് തെളിയിച്ചിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ മുള, തടി, കല്ല് മുതലായവയിലും പുതിയ സംഗീതോപകരണങ്ങൾ രൂപകല്പന ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

കൊതുമ്പിൽ നിർമ്മിച്ച ബോഹാർപ്പ്, കൊതുമ്പ് വയിലിൻ, വെള്ളയ്ക്കയിൽ നിർമ്മിച്ച റാറ്റ്ലർ, സമുദ്രത്തിന്റെയും അരുവിയുടെയും മഴയുടെയും പട്ടിയുടെയും തവളയുടെയും പക്ഷികളുടെയും സ്വരങ്ങൾ അനുകരിക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങൾ, മുറിച്ചെണ്ട അങ്ങനെ ആ കരവിരുതിൽ പിറന്ന സംഗീതോപകരണങ്ങൾ നിരവധിയാണ്. ഇതിൽ മുറിച്ചെണ്ടയ്ക്കു ആവശ്യക്കാർ ഏറിവരികയാണ്. മുകൾത്തല മാത്രമുള്ള ഈ ചെണ്ടയ്ക്കു വാറിനു പകരം കമ്പിയിട്ട് നട്ടും ബോൾട്ടും ഉപയോഗിച്ചാണ് മുറുക്കുന്നത്. ഭാരം വളരെക്കുറവായ ഈ ചെണ്ടയുടെ നാദം തികച്ചും ശുദ്ധമാണെന്ന് ജോയ് അവകാശപ്പെടുന്നു. വിദേശികളാണ് ഇത്തരം ചെണ്ട ധാരാളമായി വാങ്ങികൊണ്ട് പോകുന്നത്.

സംഗീതം ലോകം അറിയുമ്പോൾ

ലോകത്തിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ സംഗീതോപകരണങ്ങൾ കൈവശമുള്ള വ്യക്തി, ഏറ്റവും കൂടുതൽ സംഗീതോപകരണങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ കഴിവുള്ള വ്യക്തി, ഏറ്റവും കൂടുതൽ സംഗീതോപകരണങ്ങൾ നിർമ്മിക്കാൻ അറിയാവുന്ന വ്യക്തി എന്ന നിലകളിൽ മൂന്ന് ഗിന്നസ് റിക്കാർഡുകൾ അദ്ദേഹത്തിനുണ്ട്. ഇപ്പോൾ കേരളത്തിലെ ആദിവാസി മേഖലകളിൽ വിദേശ ഉപകരണങ്ങൾ നൽകി അവരെ പരിശീലിപ്പിക്കുന്ന പ്രോജക്റ്റുമായി മുന്നോട്ട് പോകുകയാണ് അദ്ദേഹം. കൂടാതെ നാടൻ പാട്ടുകളുടെ റിക്കാർഡിംഗ് സ്റ്റുഡിയോ, ശബ്ദ മലീനികരണം ഉണ്ടാകാതെ പരിശീലിപ്പിക്കാൻ വേണ്ട ജാംറൂം ഇതിന്റെ ഭാഗമായി പുതിയതായി ആരംഭിക്കുവാൻ പോകുകയാണ്.

> കൊതുമ്പ്, വെള്ളയ്ക്ക തുടങ്ങി നിസ്സാരമെന്നു തോന്നുന്ന പാഴ്വസ്തുക്കൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിരൽ സ്പർശത്തിലൂടെ കർണ്ണാനന്ദകരമായ സ്വരങ്ങൾ പൊഴിക്കുന്ന സംഗീതോപകരണങ്ങളാകുന്നത് വിസ്മയത്തോടെ മാത്രമേ നമുക്ക് കാണാനാകൂ.

കാലത്തിനു തുടച്ചു നീക്കാനാവാത്ത സംഗീത വൈവിധ്യങ്ങൾക്കു കൂട്ടായി നാളെയുടെ തലമുറയ്ക്കു മുമ്പിൽ കലാസ്നേഹത്തിന്റെ തുറന്ന പുസ്തകമായി അദ്ദേഹം നിലകൊള്ളുകയാണ്.. കഠിനാധ്വാനത്തിന്റെ പാഠമായി..

പാരമ്പര്യം, കുടുംബം

അച്ഛനും, മുത്തച്ഛനും തിരുവിതാംകൂർ കൊട്ടാരത്തിലെ ഉന്നത കലാകാരന്മാരായിരുന്നു. ചിത്രകല, അകത്തളാലങ്കാരം, കൊത്തുപണി, ഫോട്ടോഗ്രാഫി മുതലായ പണികളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരുന്നവരായിരുന്നു. അതിനാൽ ജോയി ആദ്യം തെരഞ്ഞെടുത്തത് ചിത്രകല ആയിരുന്നു. പിന്നെയായിരുന്നു സംഗീതോപകരണങ്ങളിലേയ്ക്ക് തിരിഞ്ഞത് അദ്ദേഹത്തിന്റെ അച്ഛൻ വലേറിയൻ ഫെർണാണ്ടസ് തിരുവനന്തപുരത്തെ ആദ്യത്തെ ഗിറ്റാറിസ്റ്റായിരുന്നു. ജനിച്ചത് മുതൽ കേട്ട് വളർന്ന സംഗീതം ജോയിയുടെ ചെവികളിൽ ഇന്നും മുഴങ്ങുന്നു. ആ പാട്ടുകൾ അന്യം നിന്ന് പോകാതിരിക്കുവാൻ നാല്പത് വർഷത്തിന് മുൻപ് തുടങ്ങിവച്ച ''ബ്രീസ് എന്ന ഓൾഡ് ഇസ് ഗോൾഡ് ബാൻഡ്'' ഇന്നും തുടർന്ന് കൊണ്ട് പോകുകയാണ്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിരൽതുമ്പിലൂടെ പൊഴിയുന്ന സംഗീതത്തിന് ആസ്വാദകർ ഏറെയാണ്. 200 വർഷത്തിനിപ്പുറമുള്ള എല്ലാ നല്ല സംഗീതവും അദ്ദേഹത്തിന് സുപരിചിതമാണ്. ഈ തിരക്കിനിടയിലും സംഗീതോപകരണങ്ങൾ എളുപ്പത്തിൽ പരിശീലിപ്പിക്കുന്ന ഒരു മ്യൂസിക് സ്കൂളും നടത്തി വരുന്നു. ഭാര്യ സൂസൻ ജനറൽ ഹോസ്പിറ്റലിലെ നേഴ്സാണ്, മകൻ ജോബിൻ ജോസഫ് ഗിറ്റാറിസ്റ്റും, ഡ്രമറുമാണ്. മകൾ നീതു, നൈന. •

ജ്യോതിസ് മേരി ജോൺ
jyothismary663@gmail.com



Workers of Red Earth Mine on "Hormuz" island.

Social Documentary Photography

A conversation with Pantea Naghavi Anarki, Iranian photographer by cinematographer Prathapan.

website : www.pantea.co

In 'Social Documentary Photography' the photographer is a one man army without any supporting elements like controlled lighting, art direction, make-up girls, or an opportunity to wait for a good composition – nothing. Just the photographer and an inconsistent subject will be there. Incorporating all the above factors into a photograph, clicked in a split second, in a hurried atmosphere and infusing beauty, creativity and of course a story into it, makes the photographer's works the most incisive in contemporary art. The desire for social or political change delivers the documentary power to the images. Photographers like *Mike Brode, Lynsey Adario, Kitra Cahana, Steve Mc Curry, Raghu Rai* and *Stephanie Sinclair* are a few unforgettable personalities in this branch.



Taking a photograph is now faster and easier than it ever has been. But capturing an image that carries a story, inspires a feeling and choosing which photo to share, when to share and where to share needs skill and talent.

Here we introduce Pantea Naghavi Anaraki, an emerging young photographer from Iran, the womb of creative talents from time immemorial.

Migrated from the port city Bandar Abbas, at the southern most end of Iran, Pantea Naghavi Anaraki now lives in Tehran – the capital, to satisfy her lust in art and photography.

I came across Pantea Naghavi three years back as a National Geographic Social Community member. An attraction to her photographic style and wonderful black and white conversions kept me in an enthusiasm to follow her work.

In due course, I noticed that the slightest change in her attitude towards the photographic branch she chose, leaves her in complete bewilderment. That confidence and straight forward approach to the point she targeted made me to point her out in the crowd.

And this conversation displays how one can become a growing and glowing talent if he or she is gifted with an ultimate determination.

Pantea's photographs portray the inner pain and sufferings embedded in the life of contemporary Iranian community, especially the female gender.

While in the Tabriz earthquake site or in the Mines of Hormuz island and interviewing FGMs there, she loves to document the genomic identity omnipresent in Iranian people. This unique attribute makes her images full of thoughtful messages.

As a person, she is smart and communicative and a life loving lady who carries a mind full of lofty thoughts.

A recent interview published in the EyeEm blog adds luster to her career.

How did you feel the first inspiration that you should become a photographer?

Actually, I inherited this talent from my father. During my childhood days my father used to project transparencies on a wall at home, photographed by him using his Kodak 110 camera. On those shows, I witnessed how my aunts and uncles were growing up and how places were destroyed or changed. When I went to school I used to carry that camera and I felt something new when I look at the world through its viewfinder. I can see things in more detail, smiles of people, landscapes everything appeared in a different perspective. Since then, I tried to convince my parents to let me leave to Tehran for learning photography. But only at the age of 25, I succeeded in that effort and by that time I confirmed that it is photography, the only thing in which I can perform best.

What were your efforts to achieve that goal?

I always depend on self-learning. To nourish my English I used to listen to English songs and when I reached Tehran I just got in to the photographic community to understand different aspects of it, such as News, Documentary, Fashion, Studio, etc. I tried to learn lighting in a photography studio for some time but soon felt uncomfortable in that genre – either in modeling or fashion. By that time I made friends with some wonderful social documentary photographers in Iran, like Majid Saeedi and Hossein Fatemi. That set out a turning point in my career. Then I was in the right place and I did my internship with them.

Kindly share some inspiring moments, experiences from your photographic life.

Once I went to a village named Salakh, on Qeshm island, on the southern coast of Iran, planning a feature about FGM victims (*Female Genitalia Mutilation*) but they didn't allow me to photograph them, saying that the government would abandon them if they gave an interview or got photographed. A 26 year old girl, also an FGM, got convinced but commented that her future husband would beat her if he became aware of my photography.

In another village in Qeshm, named Pey Posht I had a typical experience. They are more traditional and have a belief that if a man doesn't have at least three wives, he is not considered as a man there. They don't allow girls to study beyond IIIrd standard at school and after that they should stay at home making handicraft or have a husband at a younger age. Because of their hard



A woman living in Bojnourd city. She lost her son in the Iran - Iraq war.

belief in Islam they just spoke up to me but didn't allow any kind of photography.

I used to convert these mishaps in to inspirations. How Strange customs and beliefs do exist in this world. I became aware of such things only when I set out to do documentary photography. Gathering such information, witnessing those typical life styles and encountering weird things is always an inspiration to me. I never thought that these unsatisfied women would still marry these kinds of men. Every new group of people I came across, enriched me with a new feel and loaded my inner self with inspiration.

Now what do you feel about your present position in your photographic life ?

I think I am in the right track now. But still I have the urge to learn more and more and I must grow up day by day. I have a long term planning for myself.

How do people reciprocate (especially women) when a young girl like you approaches them to photograph their daily life? Do they feel more comfortable with you?

Yes, I think, sometimes girls can capture better photos than men do in our society. But finally everything depends on your face expression, reaction and public communication. You should convince your next person with a smile and say a good reason to capture his or her picture. I never do any clicks without permission. I remember, once an aged woman gave her permission to shoot only after conducting a friendly chat for half an hour. But in all such instances I somehow managed to hit the goal and I strongly believe that, the magic played there, was my down to earth personality and truthfulness.



Girls living in "Chabaha" city.

What are the challenges one has to face, in the run for recognition as a social documentary photographer?

It's really tough to be famous in this profession and you need to keep up to date communication and relations to get your work published. Even if they accept, here we need to procure some sanction from authorities and after all receiving the payment is too difficult. But first of all you should create a strong and different story that has never been published or exhibited anywhere else until then. Then only you will get noticed by someone outside the country. So the vital element of recognition is keeping good communication, being active in the field and delivering top rated content.

Share some experiences you had, while working at Tabriz earthquake site and in the Mines of Qeshm island.

I went to Tarbiz with a friend of mine and that journey was utmost tiring and painful to recollect. Hardship and struggle could be seen everywhere, dead cows, lack of good food, no cleaning staff or sanitary facility for women etc.



A gurad on "Hormuz" island red earthmine.



A girl sitting at her home damaged in Tabriz earthquake, she is single and all alone.

And with a bang, the cold season was approaching then and one could see fear and hope together in the eyes of everyone, about the nearing future. The government granted 12 million Tomans for rehabilitation but the local authorities said the people won't need even 2 million to repair the cracks and all.

The situation was very pathetic and the children were malnourished. Tarbiz scribbled a painful memory in me forever. But the Ochre Mines of Qushm island has to narrate a different story. The workers there were kind enough to me, since I could speak their language, understand their life and the story behind it and I cared about their sickness. Traditionally, the ochre was used in everything from decorative arts to wedding ceremonies and even as a spice for fish and Torshi (pickled vegetables). Now it is transported by the truckloads and exported.

Ochre is mined by a company connected to some government critic, but residents here doesn't resent or care little for such things.

The workers must drink milk every day to sustain their immunity in that surroundings and they are paid less by the athorities. The machines also are very old and unreliable. Payment is only $400 for supervisors and $300 for ordinary workers. The factory pays attention only to the valuable earth they dig out and not to the worker's life.

What style of work do you like to follow? Do you feel a scope in choosing that branch for a sustainable life in Iran?

I love social documentary, I love to intermingle with people, they give me inspiration, hope and I feel it will make me grow. This is why I can't shift to another branch of photography even though it provides more material benefit. This one fills my soul with energy.

Is it a wise decision to continue as a freelancer in Iran, to make a living, when comparing the investments and returns?

No it is not wise because you can't earn money from being a freelancer, news or social documentary photographer in Iran. Maybe once you become very famous or become a photography judge, then your name gets branded and at that time only it would be. No comparisons possible there on balance sheets.

Would you give a general advice to girls who want to choose photography seriously in India, rather than ending up in clicks for Facebook posts and mobile sharing?

Of course, if they think it's their way, whether they can see the world in a different perspective than normal people do and if they feel they can help to show the world the situations faced by the people

Boys practising at sports park in Maranjab desert.



Khadije, an Iranian woman who lost her two children in Tabriz earthquake.

or peculiarities of the place they live, then let's move out in full gear with confidence. And if you want to output creative images, not just depend on books or classes but also try to view as many photos as possible every day. Be honest, take advice, but never be disappointed.

Girls, I am here to provide you with emotional thrust to your feelings and shall we begin right now itself?

Try to show your works to photo agencies and it's going to be the first step of encouragement to make stronger images. Sure you will get a good scrutiny and feedback from them.

And I hope one day I will see a lot of girls in top positions in the list of best photographers in the world.

My best wishes to all of you there.



PRATHAPAN

Has been a notable Filmmaker/Cinematographer in the entertainment industry since 1990. Engaged in his independent projects associated with nationwide broadcasting giants, co-founder of SPP Media, New Delhi, he now conducts explanatory, technical and creative consultation and workshops in photography, filmmaking and HD cinematography.

Awarded twice for excellence in his craft by the Govt. of Kerala, he is acknowledged in the credits of more than 35 movies in Malayalam as DoP.

+91 944 704 7111 prathapanc@outlook.com

MARKETING



Class room

അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി.ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ഒരു ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

PRICING

The second crucial element in marketing mix is the pricing of products. Pricing the product is one of the important acts in marketing decision making. It is the exchange of value of goods and services in terms of money. Even today pricing in some firms is simply based on concepts of costs, market position, competition and necessary profits. The advantage in using monetary standards is that the buyer can use a universally accepted medium of exchange for any other commodity or service desired. The exchange value is called price.

IMPORTANCE OF 'PRICE' IN BUSINESS

Price and pricing policies are among the most important problems that confront management today. The value and utility of a product have to be set against the price of it. In perfect market, price is determined by supply and demand. This is assumed that there are many buyers and sellers, that buyers are fully informed of the supply available and is free to come into the market or to go out of the market at will.

FUNDAMENTALS WHICH MAY AFFECT THE DECISION OF PRICE SETTING

Consumer situation

Utility to the buyer

Return to the buyer

Comparable and substitute products- actual and anticipated

Custom and customary prices

Prestige position of product and brand

Presence of buying habits and motives

Psychological aspects

COST CONSIDERATIONS

Cost of production- historical

Cost of production- future

Volume anticipated

BASIC PRICING POLICIES

It is quite unfortunate that many firms have no clear pricing policies. The following are however, the basic policies recognized for pricing.

1. Cost-oriented pricing policy
2. Demand-oriented pricing policy
3. Competition-oriented pricing policy

1. COST ORIENTED PRICING POLICY:- It is also referred to as 'cost-plus' pricing. The pricing method assures that no product is sold at a loss, since the price covers the full cost incurred. Definitely, cost furnishes a good point from which the computation of price could begin. Fixing a tentative price is easier under this method. But the criticism against this policy is that this method is weak and ignores completely the influences of competition and market demand.

   Cost plus policies are often used by retail traders and in manufacturing industries where the production is non-standardized. The method of pricing here is based on simple arithmetic adding a fixed percentage to the unit cost. Another common method used for cost-oriented pricing is known as target pricing. This is invariably adopted by manufacturers who fix a target return on its total cost.

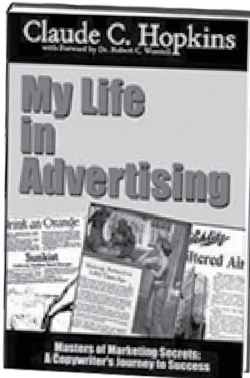
2. DEMAND ORIENTED PRICING POLICY:- As the name suggests under, this method of pricing the demand is the pivotal factor. Price is fixed by simply adjusting it to the market conditions. A high price is charged when or where the demand is intense, and

a low price is charged when the demand is low. Price discrimination is usually adopted under such market situation.

3. COMPETITION ORIENTED PRICING POLICY:- Most companies set prices after careful consideration of competitive price structure. Deliberate policies may be formulated to sell above, below or generally in a line with competition. One important feature of this method is that there cannot be any rigid relation between its price and its own cost of demand. Its own cost of demand may change, but the firm maintains its prices. Conversely the same firm will change its prices when the competitors change theirs, even if its own costs or demand have not altered.

പുസ്തക പരിചയം

My life in Advertising
By Claude C. Hopkins

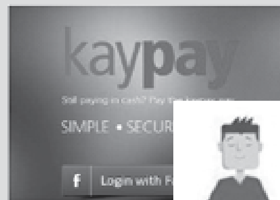


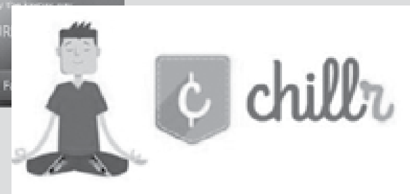
അഡ്വർടൈസിംഗ് മേഖലയേപ്പറ്റി വിശദമായി പഠിക്കുവാനാഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് ഒരു റഫറൽ ഗ്രന്ഥമാണ് Claude C. Hopkins ന്റെ My life in Advertising.1917–ൽ ആദ്യമായി പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെട്ട ഈ പുസ്തകം ഇന്നും കാലിക പ്രസക്തിയാർജ്ജിച്ചു തുടരുകയാണ്.

അഡ്വർടൈസിംഗ്എന്നത് ഒരു ഉൽപന്നം വിൽക്കുന്നതിനും വില്പന വളർത്തുന്നതിനും സഹായകരമായിരിക്കണമെന്നും പരസ്യത്തിന്റെ വിജയം ഉൽപന്ന വിൽപ്പനയിലെ വളർച്ചയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് കണക്കാക്കേണ്ടതെന്നും അദ്ദേഹം സമർത്ഥിച്ചു. ഒരു പ്രോഡക്ട് തന്നെയാണ് അതിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ പരസ്യം. കോപ്പിറൈറ്റേഴ്സ് അവരുടെ സൃഷ്ടിപരമായ പ്രവർത്തിയിലേക്കു കടക്കും മുൻപ് പ്രോഡക്റ്റിനേപ്പറ്റിയും അതു വില്ക്കപ്പെടുവാൻ പോകുന്ന മാർക്കറ്റിനേപ്പറ്റിയും വിശദമായി റിസർച്ച് ചെയ്തു മനസ്സിലാക്കണമെന്ന് ഒരു നൂറ്റാണ്ടു മുൻപു തന്നെ അദ്ദേഹംഎഴുതിയിരിക്കുന്നു. പരസ്യങ്ങളുടെ ഭാഗമായി ഏറ്റവും ശക്തമായ ആശയം സാംപ്ലിംഗ് ആണെന്ന് Hopkins നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. ഓരോ പരസ്യത്തിന്റേയും ഇഫക്ട് എന്തെന്നു മനസ്സിലാക്കാൻ നിരവധി മാർഗങ്ങൾ ഈ പുസ്തകത്തിലൂടെ അവതരിപ്പിക്കുന്നു. ഗൂഗിൾ ബുക്ക്സിൽ 595 രൂപയ്ക്ക് ഈ പുസ്തകം ലഭ്യമാണ്.

അക്കൗണ്ട് നമ്പറില്ലാതെ പണം കൈമാറാം.

ഇനി മുതൽ അക്കൗണ്ട് നമ്പർ, ഐഎഫ്എസ്സി എന്നിവയൊന്നും അറിയിക്കാതെ തന്നെ പണം ട്രാൻസ്ഫർ ചെയ്യാം എന്നു കേൾക്കുമ്പോൾ അത്ഭുതം തോന്നുന്നില്ലേ? എന്നാലിത് വാസ്തവമാണ്. അതിനുള്ള ആപ്പുകൾ ഇന്ത്യയിലെത്തിക്കഴിഞ്ഞു. ഇതുപയോഗപ്പെടുത്താനായി പണം കൈപ്പറ്റുന്ന വ്യക്തിയുടെ മൊബൈൽ നമ്പർ, മെയിൽ ഐഡി എന്നിവ മതിയാകും. ഐസിഐസിഐയുടെ പോക്കറ്റ്സ് (icicibank.com/pockets), ആക്സിസ് ബാങ്കിന്റെ പിംഗ്പേ https://www.axis-bank.com/pingpay, എച്ച്ഡിഎഫ്സി ബാങ്കിന്റെ ചില്ലർ (hdfcbank.com/chillr), കോട്ടക് മഹീന്ദ്ര ബാങ്കിന്റെ കേപേ (kaypay.com) എന്നിവയാണ് ഈ മേഖലയിലെ ഇന്ത്യൻ ആപ്പുകൾ/സൈറ്റുകൾ. ഇത്തരം ആപ്പുകളിലൊന്നായ പോക്കറ്റ്സ് ആപ് ഉപയോഗിച്ച് പണം അയക്കാനും സ്വീകരിക്കാനും ഏതെങ്കിലും ബാങ്കിലെ അക്കൗണ്ട് മതി. ഐസിഐസിഐ തന്നെ വേണമെന്നില്ല. കേപേയിലൂടെ പണമിടപാട് നടത്താൻ അവരുടെ പട്ടികയിലെ 28 ബാങ്കുകളിൽ ഏതിലെങ്കിലും അക്കൗണ്ട് ഉണ്ടായാൽ മതി. ഇത് അയക്കുന്നവർക്കും സ്വീകരിക്കുന്നവർക്കും ബാധകമാണ്. ബാക്കി സേവനങ്ങളിലൂടെ പണം അയക്കാൻ അതത് ബാങ്കിൽ അക്കൗണ്ട് നിർബന്ധമാണ്. സ്വീകരിക്കുന്നവർക്ക് ഏതെങ്കിലും ബാങ്കിൽ അക്കൗണ്ട് ഉണ്ടായാൽ മതി. പിംഗ്പേ ആപ്പിൽ ഒരുദിവസം 50,000 രൂപ വരെ അയക്കാൻ സാധിക്കും. ചില്ലർ ആപ്പിലാകട്ടെ ഒരുമാസം 50,000 രൂപ വരെയേ അയക്കാൻ കഴിയൂ.





പരസ്യ നിർവചനങ്ങൾ

പരസ്യകല ഐച്ഛിക വിഷയമായി പഠിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾക്കായി പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ് തയ്യാറാക്കിയ പരസ്യകല സിദ്ധാന്തങ്ങളും പ്രയോഗങ്ങളും എന്ന പുസ്തകത്തിൽ നിന്ന്..



ഒരു കമ്പനിയുടെ ഒരുതുണ്ടു കടലാസ് പോലും അതിന്റെ പരസ്യം ആണ്– ഒരു ബില്ല് ഉൾപ്പെടെ, ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ ഒരു കമ്പനി തങ്ങൾക്ക് വിൽക്കുവാനുള്ളവയെക്കുറിച്ച് പൊതുജനശ്രദ്ധ നേടുവാനായി ചെയ്യുന്ന എല്ലാ പ്രക്രിയകളും പരസ്യമാണ്.

ആഗോളീകരിക്കപ്പെട്ട പുത്തൻ ലോകക്രമത്തിൽ പരസ്യമെന്ന ജ്ഞാനമേഖല കേന്ദ്രസ്ഥാനത്താണ് ഇന്ന് പ്രതിഷ്ഠിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. സാംസ്ക്കാരിക പഠനങ്ങളിലും സാമൂഹ്യശാസ്ത്രത്തിലുമെല്ലാം സുപ്രധാനമായ ഒരു പഠനോപാധിയായി പരസ്യം അംഗീകരിക്കുകയും ചെയ്തിരിക്കുന്നു. അനുകൂലവും പ്രതികൂലവുമായ നിലപാടുകൾ നിരന്തരം ഏറ്റുമുട്ടുന്ന ഈ ജ്ഞാനമേഖലയിൽ, പുതിയ പ്രമാണങ്ങളും സിദ്ധാന്തങ്ങളും അനുദിനമെന്നോണം രൂപപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു. എന്നാൽ മലയാള ഭാഷയിൽ പരസ്യം എന്ന വിജ്ഞാനശാഖയെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനങ്ങളും പുസ്തകങ്ങളും തീരെ വിരളമാണ് താനും. മലയാള ഭാഷയിൽ പരസ്യകലാപഠനം നടത്തുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഇത് സൃഷ്ടിക്കുന്ന പൊല്ലാപ്പ് ചെറുതല്ല.

പരസ്യം ഒരു പഠനവിഷയവും പാഠ്യവിഷയവുമായി വളർന്ന് പന്തലിച്ചത് പാശ്ചാത്യ നാടുകളിലാണ്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ പാശ്ചാത്യഭാഷകളിലാണ് പരസ്യമെന്ന വിഷയത്തെക്കുറിച്ചുള്ള സിദ്ധാന്തങ്ങളും പരസ്യകലാ പ്രയോഗങ്ങളെപ്പറ്റിയുള്ള പഠനങ്ങളും കൂടുതൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിരിക്കുന്നതും. പരസ്യം എന്ന ജ്ഞാനമേഖലയുടെ വൈപുല്യവും വൈവിദ്ധ്യവും മനസ്സിലാക്കുവാൻ സഹായിക്കുന്ന പരസ്യ നിർവചനങ്ങളിലുടെയും സിദ്ധാന്തങ്ങളിലൂടെയുമുള്ള ഒരു പര്യവേഷണമാണ് ആദ്യ അദ്ധ്യായങ്ങളിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്നത്. പാശ്ചാത്യമായ ഈ കാഴ്ചപ്പാടുകളും നിരീക്ഷണങ്ങളും വിമർശനബുദ്ധ്യാ അല്ല ഇവിടെ അവതരിപ്പിക്കുന്നതും.

എൻടിസിയുടെ (USA) ഡിക്ഷണറി ഓഫ് അഡ്വർടൈസിംഗിൽ നിന്ന് നമുക്ക് ആരംഭിക്കാം. Advertisement എന്ന പദത്തിന് അതിൽ നൽകിയിരിക്കുന്ന അർഥവിവരണം ഇങ്ങനെയാണ്: വിൽപ്പനയ്ക്കായുള്ള ഉത്പന്നങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ വാചികമോ, രേഖീയമോ, രചനാത്മകമോ, ചിത്രാത്മകമോ ആയ പ്രഖ്യാപനം, വിലകൊടുത്ത് വാങ്ങുന്ന സ്ഥാനത്തിലൂടെയോ സമയത്തിലൂടെയോ അച്ചടി- ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയൊ ഇത് നിർവഹിക്കപ്പെടുന്നു.

Advertising എന്ന പദത്തിന് നൽകുന്ന നിർവചനം ഇതാണ്.

1. ഉല്പന്നങ്ങൾ, സേവനങ്ങൾ, കാര്യങ്ങൾ ഇവയുടെ ലഭ്യതയെക്കുറിച്ച് പൊതു ജനശ്രദ്ധ നേടുവാൻ ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയ.
2. വിപണനം പൂർത്തീകരിക്കാൻ വേണ്ടി പരസ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്.
3. പരസ്യങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുകയും പ്രചരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന വ്യവസായമോ തൊഴിലോ.

എൻസൈക്ലോപീഡിയ ബ്രിട്ടാനിക്ക പരസ്യത്തെ നിർവചിക്കുന്നത് ഇങ്ങനെയാണ്.

ഉൽപന്നങ്ങൾ, സേവനങ്ങൾ, അഭിപ്രായങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ കാര്യങ്ങൾ പൊതുജന ശ്രദ്ധയിൽപ്പെടുത്തുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന സങ്കേതങ്ങൾ. പൊതുജനത്തെ വശീകരിച്ച് സവിശേഷമായൊരു പ്രതികരണം സൃഷ്ടിക്കാൻ ഉദ്ദേശിച്ച് നിർവഹിക്കപ്പെടുന്നത്. വിൽപ്പനയ്ക്കുള്ള ഒരു ഉൽപന്നത്തിന്റെ പ്രചാരം അല്ലെങ്കിൽ ട്രാഫിക്കിൽ സുരക്ഷയെക്കുറിച്ചുള്ള ബോധവത്കരണം തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണം.

പരസ്യസൈദ്ധാന്തിക രംഗത്ത് പല കാലങ്ങളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ട പ്രമുഖ നിർവചനങ്ങളിലേക്ക് ഇനി നമുക്ക് കടക്കാം. ഇലക്ട്രോണിക്ക് മാധ്യമങ്ങൾ വികാസം പ്രാപിച്ചിട്ടില്ലാതിരുന്ന കാലത്ത്, ആധുനിക പരസ്യത്തിന്റെ പിതാവ് എന്നറിയപ്പെടുന്ന ആൽബർട്ട് ലാസ്കർ പരസ്യത്തിന് നൽകിയ നിർവചനം ''അച്ചടിയിലൂടെയുള്ള വിൽപ്പന സാമർഥ്യം'' എന്നാണ്.

കൊക്കോകോളയുടെ പരസ്യങ്ങൾക്ക് രൂപകൽപ്പന നൽകിയ McCann Erickson എന്ന പരസ്യ ഏജൻസി നൽകിയ നിർവചനം, കോളയുടെ ഉത്തരാധുനിക സമസ്യകളുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ വായിക്കുന്നത് രസകരമായിരിക്കും. ''നന്നായി പറയപ്പെടുന്ന സത്യം''. ഇതാണ് അവർ നൽകിയ പരസ്യ നിർവചനം.

1971-ൽ കെന്നത്ത് എ. ലോങ്മാൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിൽ ഇങ്ങനെ കുറിച്ചു. ''ഒറ്റ ആശയവിനിമയത്തിലൂടെ നിരവധി ആളുകളെ വശീകരിക്കുവാനും അറിവു നൽകാനുമുള്ള ശ്രമമാണ് പരസ്യം''.

പരസ്യത്തിന്റെ ചരിത്രം പഠിക്കുവാൻ ശ്രമിച്ച T.R.Nevelt എഴുതിയതിങ്ങനെ: ''സാമൂഹികവും സാമ്പത്തികവും വാണിജ്യപരവുമായ വികസന പ്രക്രിയയുടെ ഫലമായി സ്വാഭിവികമായി വളർന്നുവന്ന ഒന്നാണ് പരസ്യം''.



വിൽപ്പനയ്ക്കായുള്ള ഉത്പന്നങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ വാചികമോ, രേഖീയമോ, രചനാത്മകമോ, ചിത്രാത്മകമോ ആയ പ്രഖ്യാപനം, വിലകൊടുത്ത് വാങ്ങുന്ന സ്ഥാനത്തിലൂടെയോ സമയത്തിലൂടെയോ അച്ചടി- ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയൊ ഇത് നിർവഹിക്കപ്പെടുന്നു.

അമേരിക്കൻ മാർക്കറ്റിംഗ് അസോസിയേഷൻ പരസ്യത്തിനു നൽകിയ നിർവചനം ഇപ്രകാരമാണ് ''പ്രതിഫലം നൽകി നിർവഹിക്കപ്പെടുന്ന ആശയങ്ങളുടെയോ ഉൽപന്നങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ അവതരണമോ പ്രചാരണമോ ആണ് പരസ്യം. തിരിച്ചറിയാവുന്ന പ്രായോജകനുള്ള ഈ പ്രക്രിയ വ്യക്തിഗതമായിരിക്കുകയില്ല''.

ബഹുജനമാധ്യമങ്ങളുടെ വളർച്ച, പരസ്യ സങ്കൽപ്പത്തിലും സ്വാധീനം ചെലുത്തി. ജോൺ എസ്.റൈറ്റ് ഇപ്രകാരമാണ് പരസ്യത്തെ നിർവഹിച്ചത്. ''ബഹുജനമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ നിർവഹിക്കപ്പെടുന്ന, നിയന്ത്രിതവും തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയാവുന്നതുമായ വിവരവിനിമയവും വശീകരണവുമാണ് പരസ്യം.''

പ്രസിദ്ധ ഉപന്യാസകാരനും ചരിത്രകാരനുമായ തോമസ് മെക്കാള നർമമാധുര്യത്തോടെ എഴുതിയത് ഇങ്ങനെ: ''വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ആവിയന്ത്രം എന്താണോ അതുപോലെയാണ് ബിസിനസിന് പരസ്യം - അതിനെ ചലനാത്മകമാക്കുന്ന ഏകശക്തി. കമ്മട്ടത്തിൽ ഒഴികെ ബാക്കി ഏതിനും പണം ഉണ്ടാക്കുവാൻ പരസ്യം വേണം!''

റോഡറിക് വൈറ്റ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ അഡ്വർടൈസിംഗ് - ''വാട്ട് ഇറ്റ് ഈസ് ആൻഡ് ഹൗ റ്റു ഡു ഇറ്റ്'' എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിൽ പരസ്യ സങ്കൽപനത്തിന്റെ വൈപുല്യത്തെക്കുറിച്ച് നമ്മെ ഓർമ്മിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് എഴുതുന്നു.

ഒരു ടെലിവിഷൻ പരസ്യചിത്രം അല്ലെങ്കിൽ ഒരു പത്രപ്പരസ്യം- പരസ്യം എന്നു പറയുമ്പോൾ ഇതൊക്കെ മാത്രം എടുത്താൽ പോരാ. ഒരു കമ്പനിയുടെ ഒരുതുണ്ടു കടലാസ് പോലും അതിന്റെ പരസ്യം ആണ്- ഒരു ബില്ല് ഉൾപ്പെടെ, ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ ഒരു കമ്പനി തങ്ങൾക്ക് വിൽക്കുവാനുള്ളവയെക്കുറിച്ച് പൊതുജനശ്രദ്ധ നേടുവാനായി ചെയ്യുന്ന എല്ലാ പ്രക്രിയകളും പരസ്യമാണ്.

(തുടരും)



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്

അസ്സോസിയേറ്റ് ഡീൻ (അക്കാഡമിക്ക് ഡിവൈൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മീഡിയ സയൻസ്, മുരിങ്ങൂർ)



Choly

Half blouse, velvet and golden material, gold stone and gold pearl work. Double layer shirt peach and golden color, golden pearl and flower work



Gown

Red thread work net and yellow net , red stone with yellow satin



Frock

Blue semi silk material, silver color material, silver stone, lace and flower



Frock

Yellow and red net, Satin lining, red lace, red flower, red stone work



Gown

Off white plain net, thread work net, violet lace, pearl and stone work with satin lining

DESIGNER

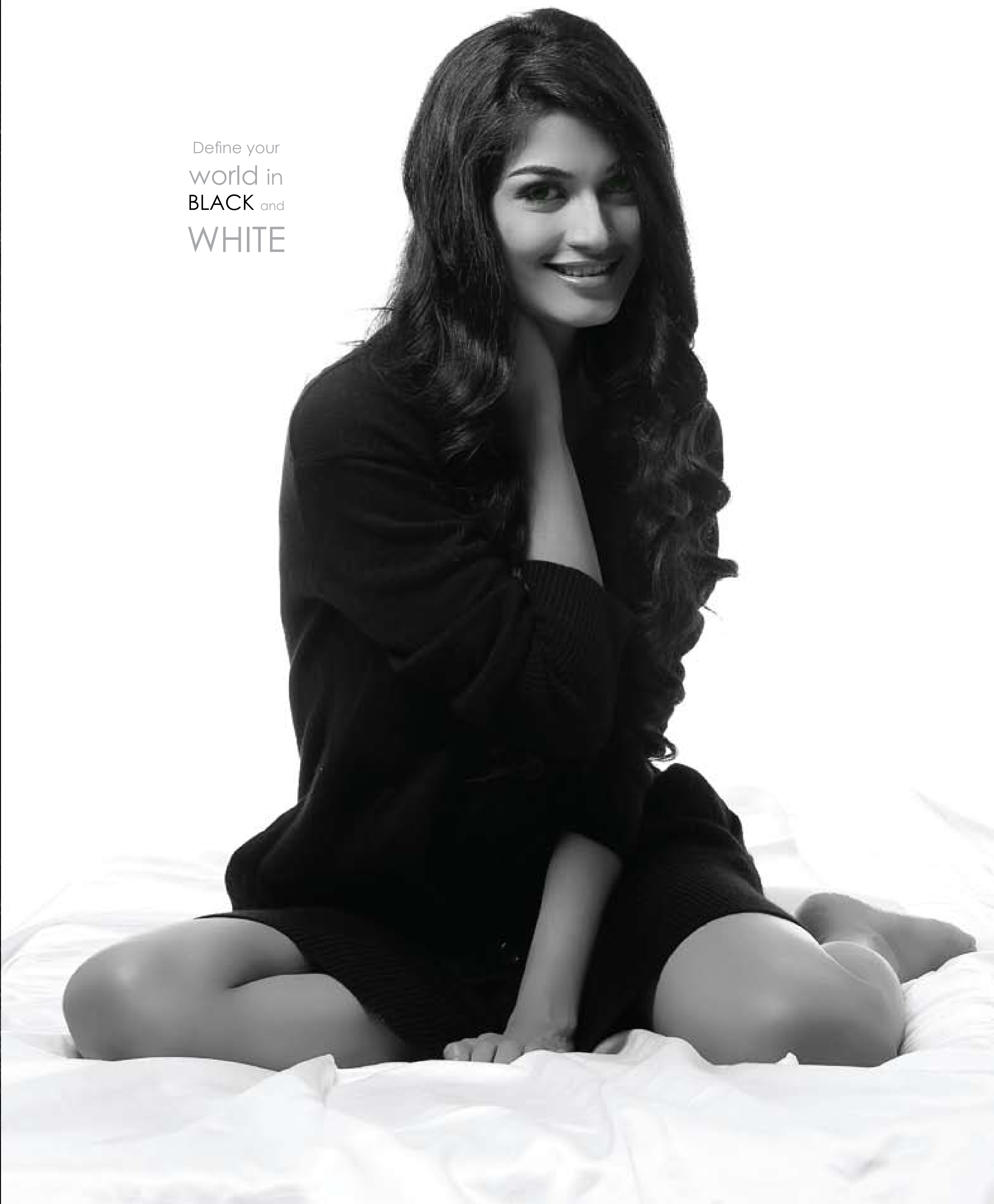
Junitha M.M.

Smruthy College of Arts and IT, Thrissur

A concept shoot
done by **Fashion Monger's.**
A 'Black and White' Experiment by the team



It's never
black or white.It is
black and white.


Define your
world in
BLACK and
WHITE

Everything in life is from
black to white or from
white to black

Fashion till the moon and black

Concept and Stylist : **Fashion Monger Achu**
Assistant : *Smiji K T*
Model : Ruby Siddiqha
Retouching : *Akhil Vishnu*
Make up : Jeena, Tobin
Photo : George
Behind the scene : *Sudev (Cat Entertainment)*
Location : Cute Creations
Special Thanks : Athira Gold & Silks (Goldin Antony)
FOR YOU Group (Anoop Issac),
Sedhunath. V. S, Tintu. J. Anand

Underwater photography



Golden seabed: Here, a cloud of tadpoles float in the golden Campbell River in British Columbia, By EIKO JONES



A diver on the seabed in Cabo, New Mexico, works next to a huge shoal of fish who swirl around each other By OCTAVIO ABURTO



This was the terrifying sight facing photographer Sam Cahir as he took a close-up shot of a fearsome mako shark



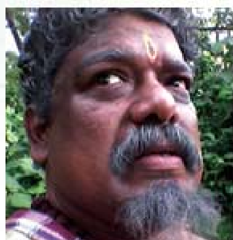
While a shipwreck in Eliat, Israel, plays second fiddle to a seahorse By DANY WEINBERG



This incredible image of a marine mammal earned By Ellen Curlaerts

മൂന്ന് പതിറ്റാണ്ടിന്റെ അരങ്ങനുഭവങ്ങളുമായി വൈക്കം ബിനു









ബുക്കു ചെയ്ത ഏജന്റിന്റെ, കരാർ ചെയ്ത സമിതി ഉടമസ്ഥന്റെ, ടിക്കറ്റുവിറ്റ മലയാളി അസോസിയേഷന്റെ, പണംകൊടുത്തു കാത്തിരിക്കുന്ന പ്രേക്ഷകന്റെ ഒക്കെ ആവശ്യമാണ് അവകാശമാണ് നാടക ദർശനം. അതിനിടക്ക് ഒരു നാടകനടന്റെ ജീവന് എന്തുവില?

2014 നവംബർ 7. പൂനയിലെ പ്രശസ്തമായ ഒരു ഏസി ഓഡിറ്റോറിയം. മുംബൈ മലയാളി അസോസിയേഷന്റെ ധനശേഖരണാർത്ഥം ഒരു നാടകം നടക്കുന്നുണ്ട്. കേരളത്തിൽ സൂപ്പർഹിറ്റായി അവതരിപ്പിച്ച ''മുച്ചിലോട്ട് ഭഗവതി'' ഇന്ന് 7 മണിക്ക്. ഇപ്പോൾ സമയം 5മണി നല്ല തിരക്കുണ്ട്. ആളുകൾ കുടുംബസമേതം എത്തിച്ചേർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. പക്ഷേ സംഘാടകർ ഉൽക്കണ്ഠാകുലരാണ്. അവർ മാറിനിന്ന് എന്തൊക്കെയോ അടക്കം പറയുന്നുണ്ട് നാടകട്രൂപ്പംഗങ്ങൾക്കും മുഖത്ത് ഒരു മ്ലാനതയുണ്ട്. അപ്പോളവിടേയ്ക്ക് ഒരു കാർ വന്നു നിന്നു. നാടകാംഗങ്ങളും കമ്മറ്റിക്കാരും ധൃതിയിൽ കാറിന്റെ അടുത്തേക്ക് ഓടിയെത്തി. കാറിൽനിന്ന് രണ്ടു മൂന്നുപേർ ചേർന്ന് ഒരു ചെറുപ്പക്കാരനെ താങ്ങിപ്പിടിച്ച് ഇറക്കുന്നു. നിവർന്നു നിൽക്കാൻ തീരെ നിവൃത്തിയില്ലാത്ത അയാൾ ''ഇത്തിരിവെള്ളം താ'' എന്നു പറഞ്ഞു സംഘാടകരിലൊരാൾ കയ്യിലിരുന്ന കുപ്പിവെള്ളം നീട്ടി. കൂടെവന്നയാൾ വിലക്കി ''അരുത് വെള്ളം കൊടുക്കരുത്''. അവശനായ ചെറുപ്പക്കാരൻ അയാളെ ദയനീയമായി നോക്കി. വിഷമത്തോടെ ഒന്നു ചിരിച്ചു. എല്ലാവരും ചേർന്ന് അയാളെ താങ്ങിപിടിച്ച് ഗ്രീൻ റൂമിലേക്ക് കൊണ്ടുപോയി.

സംഘാടകർ കടുത്ത ആശങ്കയിലായി ഒരാൾ: ഇന്നു നാടകം നടക്കുമോ? മറ്റൊരാൾ: ഒരിക്കലും നടക്കില്ല, അയാൾ

എങ്ങിനെ നാടകം കളിക്കും!!! അതെ ആ നാടകത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട രണ്ട് കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിക്കേണ്ട - വൈക്കം ബിനു എന്ന നടനെയാണ് താങ്ങിപ്പിടിച്ചിപ്പോൾ കൊണ്ടുപോയത്. പാൻക്രിയാസ് ഗ്രന്ഥിക്ക് മാരകമായ അസുഖം ബാധിച്ച് അതീവ ഗുരുതരാവസ്ഥയിലാണ് അയാളിപ്പോൾ. ഒരു തുള്ളി വെള്ളംപോലും കൊടുക്കരുതെന്നാണ് ഡോക്ടർമാരുടെ കർശന നിർദ്ദേശം. വെള്ളം കുടിച്ചാൽ പാൻക്രിയാസ് ഗ്രന്ഥി ചിലപ്പോൾ പൊട്ടിയേക്കാം. അങ്ങനെ സംഭവിച്ചാൽ മരണം ഉറപ്പ്.

ഇപ്പോഴും രക്ഷപെടാൻ അഞ്ചു ശതമാനം മാത്രമേ ചാൻസുള്ളൂ എന്നായിരുന്നു ഡോക്ടർമാരുടെ മുന്നറിയിപ്പ്. ഹോസ്പിറ്റലിൽ ICU വിൽ നിന്ന് നിർബന്ധപൂർവ്വം ഇറക്കികൊണ്ടുവന്നിരിക്കുകയാണ് പൂനെയിൽ നാടകം കളിക്കാൻ. പതിനായിരവും ഇരുപതിനായിരവുമൊക്കെയാണ് ടിക്കറ്റ് നിരക്ക്. നാടകം നടക്കണം. ബുക്കു ചെയ്ത ഏജന്റിന്റെ, കരാർ ചെയ്ത സമിതി ഉടമസ്ഥന്റെ, ടിക്കറ്റുവിറ്റ മലയാളി അസോസിയേഷന്റെ, പണംകൊടുത്തു കാത്തിരിക്കുന്ന പ്രേക്ഷകന്റെ ഒക്കെ ആവശ്യമാണ്, അവകാശമാണ് നാടക ദർശനം. അതിനിടക്ക് ഒരു നാടകനടന്റെ ജീവന് എന്തുവില?

നാടകം തുടങ്ങുന്നതിനുമുൻപ് ഒരു അനൗൺസ്മെന്റ്, പ്രേക്ഷകർക്കിടയിൽ നേഴ്സുമാർ ആരെങ്കിലും ഉണ്ടെങ്കിൽ ഗ്രീൻ റൂമിലേക്ക് എത്തണം എന്ന്. ഭാഗ്യത്തിന് ഒരു നേഴ്സ് എത്തി. വേദനകുറയാൻ ഇൻജക്ഷനുള്ള മരുന്ന് ഹോസ്പിറ്റലിൽ നിന്ന് കൊടുത്തയച്ചിട്ടുണ്ടായിരുന്നു. ഒന്നര മണിക്കൂർ വേദന കുറയും. അത് കുത്തിവച്ചു. മുച്ചിലോട്ട് ഭഗവതിയിലെ രാമപ്പെരുവണ്ണൻ രംഗത്തെത്തി ''ഇതു രണ്ടും നടക്കില്ല'' ഡയലോഗ് മുഴങ്ങി. സംഘാടകർ എഴുന്നേറ്റുനിന്ന് കയ്യടിച്ചു. വേദന മറന്ന് രണ്ടരമണിക്കൂർ അരങ്ങ് നിറഞ്ഞാടി. പിറ്റേന്ന് ഫ്ളൈറ്റിൽ കൊച്ചിയിലേക്ക്. ഫ്ളൈറ്റിൽ കയറുന്നതുവരെയും അഭിനയിക്കേണ്ടി വന്നു. ഗുരുതരമായ അസുഖമുള്ളവരെ ഫ്ളൈറ്റിൽ കൊണ്ടുപോകില്ല, പ്രത്യേകിച്ചും ഒറ്റക്ക്. വേദനയില്ലാത്തവനായി നിവർന്നു നടന്ന് ഫ്ളൈറ്റിൽ കയറുന്നതുവരെ അഭിനയിച്ചു. ജീവിതത്തിലെ ഏറ്റവും പെർഫെക്ടായ അഭിനയം. എയർപോർട്ടിൽ അനിയൻ കാത്തുനിന്നിരുന്നു. തുടർന്ന് എറണാകുളം കിംസ് ഹോസ്പിറ്റലിലെ ICU വിൽ 9 ദിവസം. ജീവൻ തിരികെപ്പിടിച്ചു കൊടുത്തു അവിടുത്തെ ഭിഷഗ്വരന്മാർ. 15 ദിവസത്തെ ആശുപത്രി വാസത്തിനും ഒരു മാസത്തെ വിശ്രമത്തിനും ശേഷം വീണ്ടും അരങ്ങിന്റെ തിരക്കിലേക്ക്. വൈക്കം ബിനുവിന് നാടകവും ജീവിതവും രണ്ടല്ല ഒന്നുതന്നെയാണ്.

14-ാ മത്തെ വയസ്സിൽ അടൂർ ഗോപാലകൃഷ്ണൻ സംവിധാനം ചെയ്ത ''അനന്തരം'' എന്ന സിനിമയിൽ ഒരു സീനിൽ അഭിനയിക്കാൻ ബിനുവിന് അവസരം ലഭിച്ചു. സുധീഷിനൊപ്പമായിരുന്നു സീൻ. മൂന്നേമൂന്ന് ഡയലോഗുകളുള്ള വേഷം. പക്ഷേ നാട്ടിൽ അതു വലിയ ഒരു സംഭവമായി. ബിനു സിനിമയിൽ, അതും അടൂരിന്റെ ചിത്രം, ഇനിയവൻ കലക്കും. നാട്ടിലെ നൃത്താദ്ധ്യാപകനായ പങ്കജാക്ഷൻനായർ അദ്ദേഹത്തിന്റെ പുതിയ ബാലെയിലെ രാജകുമാരനായി ബിനുവിനെ തിരഞ്ഞെടുത്തു. അങ്ങനെ 15-ാം വയസ്സിൽ നായകനായി. പിന്നീട് വൈക്കം ഗായത്രി, ഇടപ്പള്ളി അശോക് രാജ് & പാർട്ടി തുടങ്ങിയ ബാലേ ട്രൂപ്പുകളിൽ 5 വർഷം. കൊച്ചിൻ നാടകവേദിയിലൂടെയായിരുന്നു നാടകത്തിന്റെ തുടക്കം. കുയിലനാണ് ഗുരു. പിന്നീട് ചേർത്തല ഷൈലജ, കൊല്ലം ചൈതന്യ എന്നീ നാടകസമിതികൾ. നാടകാചാര്യൻ ശ്രീ.എസ്.എൽ.പുരത്തിന്റെ സൂര്യസോമയിൽ രണ്ടു വർഷം അഭിനയിച്ച വൈക്കം ബിനു മലയാള നാടകവേദിയിലെ അനിഷേധ്യനായ നടനായി മാറുകയായിരുന്നു. തിരുവനന്തപുരം സംഘചേതന, തിരുവനന്തപുരം സങ്കീർത്തന, പാലാ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്, സൗമ്യസാര, കോഴിക്കോട് സങ്കീർത്തന തുടങ്ങി ഒട്ടേറെ പ്രമുഖ സമിതികളിൽ അഭിനയിച്ചു. 2000 ത്തിൽ ആലുവ ശാരികയുടെ ''ദേവസ്പന്ദനം''എന്ന നാടകത്തിലെ അഭിനയത്തിന് മികച്ച രണ്ടാമത്തെ നടനുള്ള സംസ്ഥാന അവാർഡ് ലഭിച്ചു. വൈക്കം അറത്തറവീട്ടിൽ രാഘവൻ, ശ്യാമള ദമ്പതികളുടെ മൂത്തമകനാണ് ബിനു. ഭാര്യ ജൂലിയും അഭിനേത്രിയാണ്. ഇരുവരും ഒരുമിച്ചാണ് നാടകയാത്രയിൽ. മകൻ അമൽ ബിനു.



അരങ്ങിൽ 30-ാം വർഷത്തിൽ എത്തിനിൽക്കുന്ന വൈക്കം ബിനു ഇപ്പോൾ വള്ളുവനാട് നാദം കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസിന്റെ പ്രജാപതി എന്ന നാടകത്തിൽ പ്രജാപതിയെ അവതരിപ്പിക്കുന്നു. ഒരു നാടകത്തിൽ തന്നെ വ്യത്യസ്തമായ പ്രായത്തിലുള്ള വിവിധ കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിക്കുക ബിനുവിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ്. മുച്ചിലോട്ട് ഭഗവതിയിലെ രാമപ്പെരുവണ്ണാനെ കാണാനിടയായ യുവചലചിത്ര സംവിധായകൻ ശ്രീ.ബിനോയ് ജോൺ തന്റെ പുതിയ ചിത്രമായ ''ഓർക്കിഡ് പൂക്കൾ പറഞ്ഞകഥ'' യിലെ 80 വയസ്സുള്ള മൂപ്പന്റെ വേഷം ബിനുവിന് നൽകുകയായിരുന്നു. ആദിവാസി സമൂഹം നേരിടുന്ന വർത്തമാനകാല ചൂഷണങ്ങൾക്കെതിരെ വിരൽ ചൂണ്ടുന്ന ഈ ചിത്രത്തിൽ രണ്ട് ഗെറ്റപ്പിൽ വരുന്ന മുഴുനീള വേഷമാണ് വൈക്കം ബിനുവിന്. 50 വയസ്സും 80 വയസ്സും. സംവിധായകൻ ബിനോയ് ജോണിന്റെ അഭിപ്രായം മലയാള സിനിമയ്ക്ക് അത്യാവശ്യമാണ് ഈ നടൻ എന്നാണ്. ചിത്രം റിലീസിംഗിന് ഒരുങ്ങുന്നു. ശക്തമായ കഥാപാത്രങ്ങളെ ലഭിച്ചാൽ തുടർന്നും സിനിമയിൽ അഭിനയിക്കും. പക്ഷേ അതിനുവേണ്ടി നാടകം കൈവിടാൻ ഒരുക്കമല്ല ബിനു. നാടകം കഴിഞ്ഞ് വിയർപ്പൊപ്പി ഗ്രീൻ റൂമിൽ ഇരിക്കുമ്പോൾ ആവേശത്തോടെ അടുത്തെത്തി കയ്യിൽ മുറുകെ പിടിച്ച് നന്നായിരുന്നു, ഒത്തിരി ഇഷ്ടായി എന്നു പറയുമ്പോഴുള്ള ആനന്ദം, സംതൃപ്തി അതൊരു വല്ലാത്ത അനുഭവമാണെന്നു പറയുന്നു ഈ നടൻ. ●



TRUE COLOURS

Creative Director:
Matthias Harbeck

Agency:
Serviceplan

Client:
Faber Castell
Truecolours

Location :
Germany



CONSTRUCT A BRIDGE

Creative Directors:
CarstenBolk,
Helmut Bienfus

Agency:
BBDO

Client:
Cemex

Location :
Germany



WAR ON GARBAGE

Creative Directors:
Douglas Rios,
Demian Campos

Agency:
Publicis

Client:
Ecological Movement
of Venezuela

Location :
Venezuela

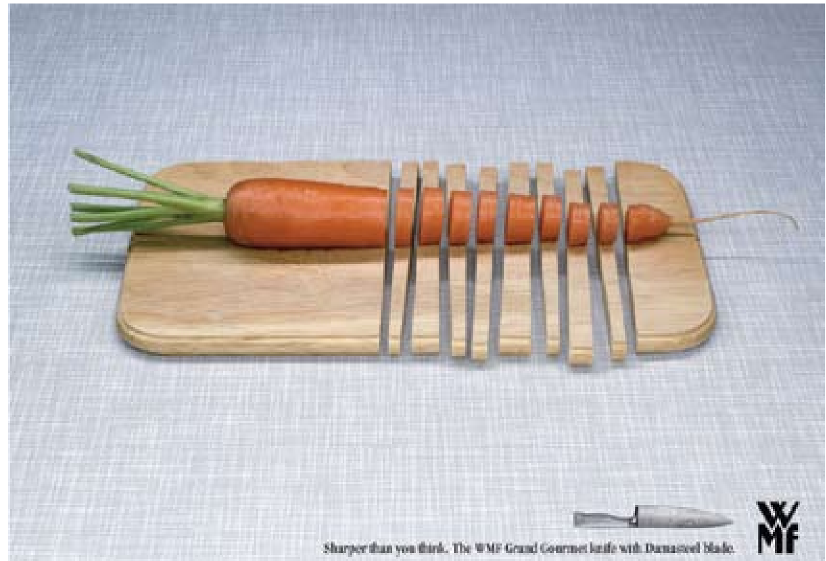
SHARPER THAN YOU THINK

Advertiser:
WMF AG

Brand name:
WMF

Product:
WMF Kitchen Knives

Awards:
Epica Awards 2005 Print Homes, Furnishings & Appliances Winner



FURIOUS FLOOD

Creative Directors:
PacoTorrico

Agency:
Young & Rubicam

Client:
BancoFinanciero

Location :
Peru



WHEN THEY SPEAK

Creative Directors:
Sergio Gordilho, FlavioWaiteman

Agency:
Africa

Client:
ONG Conservação Internacional

Location :
Brazil



tips n tricks

Designer's Corner

തയ്യാറാക്കിയത് ടി. കെ. വിൽസൺ
tkwill2son@gmail.com

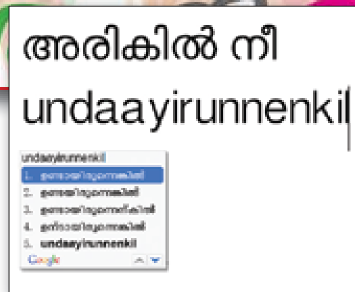
Id

Adobe InDesign-ൽ മലയാളം Type ചെയ്യുന്നതിന് ഒരു പരിഹാരം നിർദ്ദേശിക്കുകയാണ് Tips N Tricks-ന്റെ ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ

മലയാളം Type ചെയ്യുമ്പോൾ 'ണ്ട' എന്ന അക്ഷരം ലഭ്യമല്ലാത്തതിനാൽ നമ്മുടെ Designers പലരും InDesign ഉപയോഗിക്കുവാൻ മടിക്കുകയാണ്. ഈ ഒററ കാരണം കൊണ്ടു മാത്രം Adobe InDesign പോലെ അനന്ത സാദ്ധ്യതകളുള്ള, Industry standard ആയ ഒരു programme ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയാതിരിക്കുക എന്നത് ഒരു പരിമിതിയാണ്. Printing & Publishing, Magazine Layouts, Graphic Designing തുടങ്ങിയ മേഘലകളിൽ ലോകത്തിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്ന ഒരു software ആണ് Adobe InDesign.

InDesign-ൽ 'ണ്ട' പ്രശ്നം എങ്ങിനെ പരിഹരിക്കാമെന്ന് നോക്കാം. ആദ്യമായി Google Language Input Tool (Google Transliteration- എന്നും അറിയപ്പെടുന്ന) Google Site-ൽ നിന്നും download ചെയ്ത് install ചെയ്യുക. download ചെയ്യുമ്പോൾ മലയാളം select ചെയ്യണം. അതിനുശേഷം 'Swathanthra Malayalam Computing' (smc.org.in) എന്ന website-ൽ നിന്നും മലയാളം ഫോണ്ടുകൾ download ചെയ്ത് install ചെയ്യുക. smc.org.in-ൽ ലഭ്യമായ മലയാളം unicode ഫോണ്ടുകൾ ഇവയാണ്. രചന, **കേരളീയം**, മീര, കല്യാണി, രഘു, ചിലങ്ക, സുറുമ, **ഉറൂബ്**, **ദ്യുതി**. കൂടാതെ ISMV6 Publisher-ൽ ഉൾപ്പെടുന്ന MLOT- ഫോണ്ടുകളും ഇതിൽ work ചെയ്യുന്നതാണ്. അവയുടെ പേരുകൾ ഇപ്രകാരമാണ്. അമ്പിളി, **അശ്വതി**, **ഭാനു**, ഇന്ദുലേഖ, കാർത്തിക, **കൗമുദി**, മീനാക്ഷി, **മൃദുല**, **രേവതി**, *സ്മൃതി*. (MLOT ഫോണ്ടുകൾക്ക് ഒന്നിനും തന്നെ character palette-ൽ preview ലഭിക്കുന്നതല്ല! എന്നാൽ Type>Glyphs-ൽ അവ വ്യക്തമായി കാണാവുന്നതാണ്). അടുത്തതായി InDesign-ൽ ഒരു പുതിയ ഫയൽ തുറന്ന് type tool ഉപയോഗിച്ച് text box വരക്കുക. അതിനുശേഷം സ്ക്രീനിൽ താഴെ വലതുവശത്ത് 'Language Tools' click ചെയ്ത് മലയാളം select ചെയ്യുക. (ഇതുപോലൊരു [icon] icon അവിടെ കാണാം. അതിൽ നിന്നും ഇംഗ്ലീഷ് മലയാളം എന്നിവ മാറി മാറി select ചെയ്യാവുന്നതാണ്). തുടർന്ന് character palette-ൽ ഫോണ്ട്, point size എന്നിവ select ചെയ്തതിനു ശേഷം നമ്മൾ facebook-ലും Gmail-ലും മറ്റും മലയാളം ടൈപ്പ് ചെയ്യുന്നതുപോലെ (Transliteration!) ടൈപ്പ് ചെയ്യുക. നമ്മൾ ടൈപ്പ് ചെയ്യുന്ന വാക്കുകളുടെ വ്യത്യസ്ത options കാണുവാൻ സാധിക്കുന്നതാണ്. (See Picture) അതിൽനിന്നും യോജിക്കുന്ന അക്ഷരങ്ങളോ വാക്കുകളോ select ചെയ്യുക. ചില അക്ഷരങ്ങളോ വാക്കുകളോ നമ്മൾ വിചാരിക്കുന്നതുപോലെ വരണമെന്നില്ല. ഇത് പരിഹരിക്കുന്നതിന് Main menu>Type>Glyphs എടുത്താൽ ആ ഫോണ്ടിന്റെ എല്ലാ characters-ഉം അവിടെ കാണാവുന്നതാണ്. അതിൽ നിന്നും ആവശ്യമുള്ള അക്ഷരങ്ങൾ select ചെയ്ത് correct ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്. ഏതെങ്കിലും key layout ഉപയോഗിച്ച് ചെയ്യുന്നതുപോലെയോ ഒരുപക്ഷെ അതിനേക്കാളും എളുപ്പവുമാണ് ഈ രീതി. മാത്രവുമല്ല, മലയാളം typewriting അറിയണമെന്നുമില്ല! 'ണ്ട' യും മറ്റ് എല്ലാ അക്ഷരങ്ങളും മേല്പറഞ്ഞ ഫോണ്ടുകളിൽ ലഭ്യവുമാണ്. ISM key layout ഉപയോഗിച്ച് അനായാസമായി ഇതിൽ ടൈപ്പ് ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്!





Google Input Tool ഉപയോഗിച്ച് മലയാളം ടൈപ്പ് ചെയ്യുമ്പോൾ ഓരോ വാക്കിനും അക്ഷരത്തിനും വ്യത്യസ്ത options ഇങ്ങിനെ കാണുന്നു.

InDesign, Illustrator, Photoshop എന്നിവയുടെ മലയാളത്തിലുള്ള video tutorials കാണുന്നതിനായി താഴെ കാണുന്ന YouTube Channel സന്ദർശിക്കുക, subscribe ചെയ്യുക, അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുക, share ചെയ്യുക.

https://www.youtube.com/c/WilsonKunjan



സക്സസ്
പിരമിഡ്



ജീവിതത്തിലെ സമീകൃത വിജയം



"ഭയപ്പെടുന്ന ഒരാൾക്ക് ഒരിക്കലും യുക്തിപരമായി ചിന്തിക്കാൻ കഴിയുകയില്ല"
രാധികാ മേനോൻ
(ഇന്ത്യൻ മർച്ചന്റ് നേവിയിലെ പ്രഥമ വനിതാ ക്യാപ്റ്റൻ)

പ്രിയപ്പെട്ടവരെ നമ്മുടെ കുറവുകൾ നികത്താൻ എട്ട് സുപ്രധാന രംഗങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധചെലുത്തണമെന്ന് എഴുതിയത് ഓർമ്മിക്കുമല്ലോ!

ഒട്ടേറെപ്പേർക്കും ജീവിതത്തിന്റെ ഈ എട്ട് മേഖലകളിലും വളരാനും അവരുടെ കഴിവുകൾ മുഴുവനായും ഉപയോഗിക്കാനും താല്പര്യമുണ്ടാകും.

ഓരോ ദിവസവും രാവിലെ എഴുന്നേൽക്കുമ്പോൾ ഇന്നു പരാജയപ്പെടണമെന്നോ, അറിവുകെട്ടവനാകണമെന്നോ, സൗന്ദര്യബോധമില്ലാത്തവനാകണമെന്നോ, അലസതയോടെ ഇരിക്കണമെന്നോ ആഗ്രഹിക്കുന്ന ഒരാൾപോലും ഉണ്ടാകില്ല. ഏറെ സന്തോഷത്തോടെ വിജയശ്രീലാളിതനായിതന്നെ മുന്നേറാനാണ് എല്ലാവരുടേയും ആഗ്രഹം. എന്നാൽ ഈ ആഗ്രഹം മിക്കപ്പോഴും ഒന്നിലേറെ മൂല്യങ്ങളുടെ അസാന്നിദ്ധ്യവും ചില വെല്ലുവിളികളും മൂലം തകിടംമറിയുന്നതായി മനസ്സിലാവുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. പോരായ്മകളും പ്രശ്നങ്ങളും അറിയുന്നുണ്ടെന്നു ചുരുക്കം! വിവിധ മേഖലകളിൽ മുന്നേറാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവരാണ് ഏറെപ്പേരും. ഒരേ സമയം ഒന്നിലേറെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടാനും മോഹമുണ്ടാകും. ഈ വിവിധ ലക്ഷ്യങ്ങളിൽ ചിലത് ഒരു വ്യക്തിയെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അതിപ്രധാനവും മറ്റുചിലത് അത്രയ്ക്ക് പ്രാധാന്യമില്ലാത്തതുമായിരിക്കാം. ഇവയിൽ അതിപ്രാധാന്യമുള്ളവയേതെന്നും അത്രയ്ക്ക് പ്രാധാന്യമില്ലാത്തത് ഏതെന്നും എങ്ങിനെ കണ്ടെത്താം?

ഈ ചോദ്യത്തിനുള്ള ഉത്തരം ലളിതമായി കണ്ടെത്താവുന്നതേയുള്ളൂ, ആ വ്യക്തിയുടെ വിലപ്പെട്ട സമയം, ശ്രദ്ധ, അതിനുള്ള ഊർജ്ജം, പരിതസ്ഥിതി- വ്യത്യസ്ത ലക്ഷ്യങ്ങൾക്കായി ഈ വക കാര്യങ്ങൾ എത്രത്തോളം ആ വ്യക്തി ചെലവഴിക്കുന്നു എന്ന് നോക്കിയാൽ മതി. അതിപ്രധാനമെന്ന് കരുതുന്ന മൂല്യലബ്ധിക്കുവേണ്ടിയായിരിക്കും മേൽപ്പറഞ്ഞ നാലുകാര്യങ്ങൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നത്. ഏറ്റവും കുറവ് ചെലവാക്കപ്പെടുന്നത്, ഏതെല്ലാം ലക്ഷ്യങ്ങൾക്കു വേണ്ടിയാണോ അവ ആ വ്യക്തിയുടെ നോട്ടത്തിൽ അപ്രധാനമായിരിക്കും. ആ വ്യക്തി ആഗ്രഹിക്കുന്ന

മൂല്യങ്ങളെ അയാളുടെ ലക്ഷ്യങ്ങളെ അഥവാ ആഗ്രഹങ്ങളെയാകെ ഇത്തരത്തിൽ മുൻഗണനാ ക്രമമനുസരിച്ച് ഒരു പട്ടികയിൽ നിരത്തി വയ്ക്കാവുന്നതാണ്. മുന്തിയ പരിഗണന ഏറ്റവും ആവശ്യമായി വേണ്ടതിനും കുറഞ്ഞ പരിഗണന വേണ്ടത് ഏറ്റവും പിന്നിലും അണിനിരത്തുക. വിവിധ ലക്ഷ്യങ്ങൾക്ക് ഒരോ വ്യക്തിയും കല്പിക്കുന്ന വിലയും മുൻഗണനയും വ്യത്യസ്തമാണെന്നു മനസ്സിലാക്കിയെടുക്കുന്നത് ആ ലക്ഷ്യങ്ങളും ആഗ്രഹങ്ങളും ചിന്താധാരയിലും പ്രവർത്തനത്തിലും ചെലുത്തുന്ന സ്വാധീനം എത്രത്തോളമെന്ന് തിരിച്ചറിയാൻ ആ വ്യക്തിയെ സഹായിക്കും.

കേൾവി, കാഴ്ച, രുചി, മണം, സ്പർശം എന്നീ പഞ്ചേന്ദ്രിയങ്ങളിലൂടെയാണ് മനുഷ്യൻ ലോകത്തോട് പ്രതികരിക്കുന്നത്. എന്നാൽ എങ്ങിനെയാണ് ലോകത്തെ നോക്കികാണുന്നതെന്നും എങ്ങിനെയാണ് ലോകത്തെ നോക്കികാണേണ്ടതെന്നും തീരുമാനിക്കുന്നത് മനുഷ്യൻ തന്നെയാണ്.

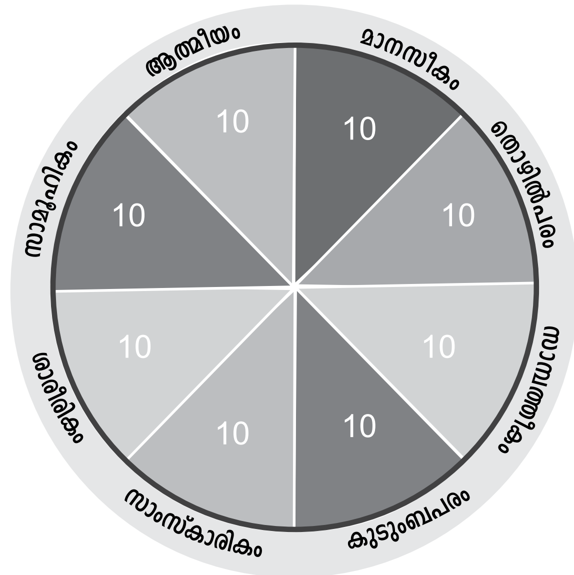
ഓരോരുത്തരുടേയും ജീവിതലക്ഷ്യങ്ങളുടെ അഥവാ ആഗ്രഹങ്ങളുടെ മുൻഗണനാക്രമമായിരിക്കും അവരെ മുന്നോട്ടു നയിക്കുന്നത്. ഇതേ മുൻഗണനാ ക്രമമനുസരിച്ചായിരിക്കും ആ വ്യക്തി തീരുമാനമെടുക്കുന്നത്. ആഗ്രഹപൂർത്തീകരണവും അതുവഴി ജീവിതവിജയവും ഏറ്റവും കൂടുതൽ ലഭിക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളിലും അവസരങ്ങളിലും ഭാഗഭാക്കാകാനാണ് അയാൾ തീരുമാനിക്കുക. അതോടൊപ്പം ആഗ്രഹപൂർത്തീകരണവും ജീവിതവിജയവും ഏറ്റവും കുറവ് മാത്രം ലഭിക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ നിന്നും അവസരങ്ങളിൽ നിന്നും കഴിയുന്നത്ര അകന്നു നില്ക്കാനും ആ വ്യക്തി ശ്രമിക്കുന്നു. ജീവിത വിജയത്തിന്റെ മുൻഗണനാക്രമമനുസരിച്ചുള്ള ലിസ്റ്റിൽ ഏറ്റവും ഒടുവിൽ മാത്രം പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന ഇനങ്ങളാണ് ആവ്യക്തിയെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം പ്രാധാന്യമേറിയതാവേണ്ടതെന്ന മറ്റുള്ളവരുടെ ആശയമനുസരിച്ച് അവയ്ക്കുവേണ്ടി പ്രവർത്തിക്കേണ്ടി വന്നാൽ ആ വ്യക്തിയുടെ ഉത്സാഹം മുഴുവൻ ചോർന്നുപോകാൻ ഇടയുണ്ട്. അത്തരം സന്ദർഭങ്ങളിൽ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കാനുള്ള താല്പര്യത്തിനും ഊർജ്ജത്തിനുമായി ബാഹ്യസ്രോതസ്സുകളെ തുടർച്ചയായി ആശ്രയിക്കേണ്ടി വരുന്നത് സ്വാഭാവികമാണ്. അപ്പോഴൊക്കെ ആ വ്യക്തി അശക്തനായി തീരുകയും അവരുടെ ജീവിതം അർത്ഥശൂന്യമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതായും തോന്നാൻ വഴിയുണ്ട്.

യഥാർത്ഥത്തിൽ വെട്ടിത്തെളിക്കേണ്ട പാതയിൽ നിന്നും ജീവിതം വ്യതിചലിച്ച്പോയതായും തോന്നിയേക്കാം. ആത്യന്തികമായി ആ വ്യക്തിക്കുതന്നെ തിരിച്ചറിയാൻ പറ്റാത്ത ഒരവസ്ഥയും വന്നു ചേർന്നേക്കാം. മറിച്ച് ആ വ്യക്തിയുടെ ഏറ്റവും മഹത്തായ മൂല്യങ്ങൾക്കും ലക്ഷ്യത്തിനും വേണ്ടി ജീവിക്കുമ്പോൾ അയാൾ ഉത്സാഹിയാകും. ഊർജ്ജസ്വലനാകും. ആയാളിൽ ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്ന കഴിവുകളും പ്രതിഭയും സടകുടഞ്ഞെഴുന്നേൽക്കുന്നു. സ്വയം പടർന്ന് പന്തലിക്കുന്നു. ജീവിതം സംതൃപ്തി നിറഞ്ഞും ആശ്വാസകരമായും അനുഭവപ്പെടും.

ലൈഫ് വീൽ

ഒരു വ്യക്തിയുടെ ജീവിതത്തെ സഫലമാക്കുന്നത് എട്ടുമേഖലകൾ വഴിയാണ്. ഈ എട്ട് മേഖലയും ഒരേ രീതിയിൽ പുരോഗമിക്കുമ്പോഴാണ് സമീകൃതമായ വിജയമെന്ന് പറയാനാകുന്നത്. രണ്ടുമൂന്ന് മേഖലകളിൽ മുന്നേറിയതുകൊണ്ട് മാത്രം ജീവിതം സുഗമമായി പുരോഗമിച്ചു എന്നൊന്നും പറയാൻ പറ്റുകയില്ല.

താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ചാർട്ടിൽ സ്വയം ഒരു പരീക്ഷണം നടത്തിനോക്കുക:



ഓരോ ഭാഗത്തും എത്രമാത്രം സ്കോർ ചെയ്യാൻ പറ്റുന്നുവെന്ന് അടയാളപ്പെടുത്തുക. ഓരോന്നിലും ഏറ്റവും താഴ്ന്ന നേട്ടം പൂജ്യവും ഏറ്റവും ഉയർന്ന നേട്ടം പത്തുമാണ്. ഓരോ വിഭാഗത്തിലും 0–10 സെ്കയിൽ നിങ്ങളുടെ സ്കോർ എത്രയെന്ന് അടയാളപ്പെടുത്തുക. എട്ട് മേഖലകളിലും നിങ്ങൾ കൈവരിച്ച നേട്ടം അടയാളപ്പെടുത്തിയശേഷം അവ തമ്മിൽ പരസ്പരം ബന്ധിപ്പിക്കുക. അതിൽ നിന്ന് നിങ്ങളുടെ ജീവിതത്തിൽ കൈവരുത്താൻ കഴിഞ്ഞതും അവഗണിക്കപ്പെട്ടുകിടക്കുന്നതോ കൈവരിക്കപ്പെടേണ്ടതോ ആയ മേഖലകൾ സ്വയം ബോധ്യപ്പെടും. ഈ രേഖകൾ അഞ്ചിനും മുകളിൽ പോകുകയാണെങ്കിൽ തീർച്ചയായും ഉയർന്ന തലത്തിലുള്ള സമീകൃതവിജയം തന്നെ കരഗതമാക്കിയിരിക്കുന്നുവെന്ന് നിശ്ചയിക്കാം.

''നിങ്ങളുടെ ഊർജ്ജത്തെ പ്രവൃത്തിയാക്കി മാറ്റാൻ ലക്ഷ്യങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു.'' - *ലെസ് ബ്രൗൺ*



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com
പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

ക്യാമറ എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം

ക്യാമറ ഇന്ന് നിത്യ ജീവിതത്തിൽ ഒഴിച്ചുകൂടാനാവാത്തതായി മാറിയിരിക്കുന്നു. എന്നാൽ കൂടുതൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സും അവരവരുടെ മനോധർമ്മമനുസരിച്ചാണ് ഈ രംഗത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. അതിനാൽ തന്നെ പ്രഫഷണൽ ക്യാമറകളും അവയുടെ വിവിധ ആക്സസറികളും വിദഗ്ദ്ധമായി ഉപയോഗിക്കണമെങ്കിൽ അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെപ്പറ്റി ശാസ്ത്രീയമായി അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്. അവയെക്കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിക്കുന്ന ലേഖനപരമ്പര ഈ ലക്കം മുതൽ..

ക്യാമറ – പൊതുവിജ്ഞാനം

മെഗാപിക്സൽ

മെഗാപിക്സൽ ഒരു ചിത്രത്തിന്റെ വലിപ്പവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. 1 മില്യൺ പിക്സലുകൾ ചേർന്നതാണ് 1 മെഗാപിക്സൽ. അതായത് 2 എംബി ക്യാമറ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ചിത്രത്തിൽ ആകെ 2 മില്യൺ പിക്സലുകൾ ഉണ്ടായിരിക്കും. പിക്സലുകൾ ചതുരാകൃതിയിലും ഹെക്സഗൺ ആകൃതിയിലും കാണപ്പെടുന്നു. 1 മെഗാപിക്സൽ ക്യാമറ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ചിത്രത്തിന്റെ സൈസ് 1200 പിക്സൽ നീളത്തിലും 900 പിക്സൽ വീതിയിലുമായിരിക്കും (1200 X 900). ഒരു VGA ക്യാമറ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ചിത്രത്തിന്റെ വലിപ്പം 640 X 480 ആയിരിക്കും (.3 മെഗാപിക്സൽ).

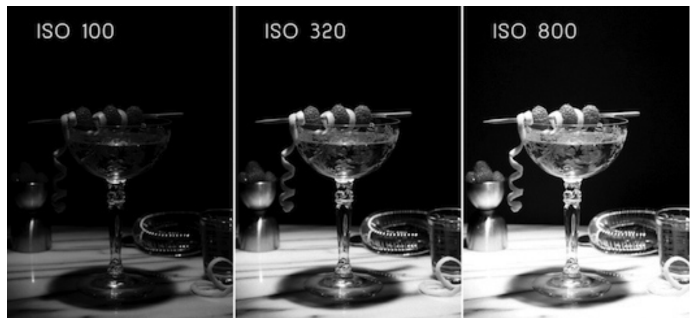
റസല്യൂഷൻ

ഒരു ക്യാമറയുടെ സെൻസറിലുള്ള പിക്സലുകളുടെ എണ്ണം അതിന്റെ റസല്യൂഷനുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ഹൈറെസല്യൂഷൻ എന്നു പറയുമ്പോൾ അത് പിക്സലുകളുടെ എണ്ണത്തിന്റെ വർദ്ധനയെയാണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. ഇത്തരം സെൻസറുകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ചിത്രങ്ങളുടെ ക്ലാരിറ്റിയും ഡെപ്തും ഉന്നതനിലവാരത്തിലുള്ളതായിരിക്കും.



ഐഎസ്ഒ

ഐഎസ്ഒ എന്താണെന്നും അതിന്റെ പ്രവർത്തനം എങ്ങനെയാണെന്നും നന്നായി മനസ്സിലാക്കാതെ ചിത്രങ്ങൾ എടുക്കുക എന്നത് ഒരു വെല്ലുവിളി തന്നെയാണ്. ഐഎസ്ഒ, ഫോട്ടോഗ്രാഫിയുടെ മൂന്ന് പ്രധാനഘടകങ്ങളിലൊന്നാണ്. അപ്പർച്ചർ, ഷട്ടർ സ്പീഡ് എന്നിവയാണ് മറ്റു രണ്ടു ഘടകങ്ങൾ. ഇന്റർനാഷണൽ ഓർഗനൈസേഷൻ ഫോർ സ്റ്റാൻഡേർഡൈസേഷൻ എന്നതിന്റെ ചുരുക്കപേരാണ് ഐഎസ്ഒ. ക്യാമറയിൽ പതിയുന്ന പ്രകാശത്തിന്റെ സെൻസിറ്റിവിറ്റിയുടെ ലെവലാണ് ഇതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. ഐഎസ്ഒ നമ്പർ കൂടുന്നതനുസരിച്ച് ക്യാമറയുടെ സെൻസിറ്റിവിറ്റിയും കൂടുന്നു. ക്യാമറയുടെ സെൻസിറ്റിവിറ്റിയിൽ വ്യതിയാനം വരുത്താൻ സഹായിക്കുന്ന ഘടകമാണ് ഇമേജ് സെൻസർ. ഇത് ക്യാമറയുടെ പരമപ്രധാനവും ഏറ്റവും വിലയേറിയതുമാണ്. ക്യാമറയിൽ പതിയുന്ന പ്രകാശത്തെ (ഒപ്റ്റിക്കൽ ഇമേജിനെ ഇലക്ട്രിക്കൽ സിഗ്നലുകളാക്കി മാറ്റുന്നു) ചിത്രങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്ന ധർമ്മമാണ് ഇവയ്ക്കുള്ളത്. സെൻസിറ്റിവിറ്റി വർദ്ധിപ്പിച്ച സാഹചര്യത്തിൽ ഫ്ളാഷിന്റെ സഹായമില്ലാതെ തന്നെ കുറഞ്ഞ വെളിച്ചത്തിൽ ചിത്രങ്ങൾ പകർത്താൻ ഇമേജ് സെൻസറിനു കഴിയുന്നു. പക്ഷേ സെൻസിറ്റിവിറ്റി വർദ്ധിക്കുമ്പോൾ ചിത്രങ്ങൾക്കൊപ്പം നോയ്സും (ഗ്രെയിൻ) വർദ്ധിക്കുന്നു.



ഗ്രേ കാർഡ്

ഗ്രേ കളറിലുള്ള ഒരു പരന്ന പ്രതലത്തിനാണ് ഗ്രേ കാർഡ് എന്നു പറയുന്നത്. കൃത്യമായ എക്സ്പോഷർ ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു സ്റ്റാൻഡേർഡ് റഫറൻസ് ഒബ്ജറ്റായാണ് ഗ്രേ കാർഡ് പ്രധാനമായും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. വൈറ്റ് ബാലൻസ് സെറ്റു ചെയ്യുന്നതിന് ഗ്രേ കാർഡ് ഉപയോഗിക്കുന്നു. വൈറ്റ് ബാലൻസ് സെറ്റു ചെയ്യുമ്പോൾ ക്യാപ്ചർ ചെയ്യുന്ന ചിത്രങ്ങൾക്ക് ശരിയായ നിറങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നു. ക്യാപ്ചർ ചെയ്യേണ്ട സബ്ജറ്റിനൊപ്പം ഗ്രേ കാർഡും വയ്ക്കുക. ക്യാമറ ഗ്രേ കാർഡ് പോയിന്റ് ചെയ്തുകൊണ്ട് ലൈറ്റ് മീറ്റർ എക്സ്പോഷർ കറക്ട് ചെയ്ത് സെറ്റു ചെയ്ത് ഷൂട്ട് ചെയ്യുക. അതിനു ശേഷം സബ്ജറ്റിൽ നിന്നും ഗ്രേകാർഡ് മാറ്റി ഷോട്ട് റീകമ്പോസ് ചെയ്യുകയോ കറക്ട് ചെയ്ത എക്സ്പോഷറിനു മാറ്റം വരാതെ ഷൂട്ട് ചെയ്തോ ചിത്രങ്ങൾ മികവുറ്റതാക്കാം.

(തുടരും)



എബി കെ.ജോർജ്ജ്
ക്യാമറ സ്കാൻ, കോട്ടയം

ഗൂഗിൾ –ഫേസ്ബുക്ക് യുദ്ധം..?

ഓരോ വർഷവും ഗൂഗിൾ പരസ്യമേഖലയിൽ നിന്നും നേടുന്നത് മില്യണുകളാണ്. രാജ്യാന്തര കണക്കുകൾ വ്യക്തമാക്കുന്നത് ഓരോ അർധവാർഷികത്തിലും ഗൂഗിൾ 300 മില്ല്യൺ ഡോളറോളം പരസ്യരംഗത്തു നിന്നും നേടുന്നു എന്നാണ്.

ഇന്റർനെറ്റിന്റെ ഉറ്റ ചങ്ങാതിയാണ് ഇന്ന് പരസ്യങ്ങൾ. പുതിയ സൈറ്റുകളുടെ ആഗമനത്തോടെ വമ്പൻമാർക്കു പോലും ടെക് ലോകത്ത് പിടിച്ചു നില്ക്കാൻ കഷ്ടപ്പെടേണ്ടി വരുന്ന സ്ഥിതിയാണിപ്പോൾ. ഇന്റർനെറ്റിലെ കൊടികുത്തിയ വമ്പൻമാരിൽ മുൻനിരയിലുള്ള ഫേസ്ബുക്ക് പുതിയ വൻപദ്ധതികളുമായി ഇന്ത്യൻ മാർക്കറ്റിലെത്തുകയാണ്. പരസ്യലോകത്തിന് ഒരു പുത്തൻ ഉണർവ് സമ്മാനിച്ചുകൊണ്ട് തങ്ങളുടെ വരുമാനം വർധിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ഫേസ്ബുക്കിന്റെ ഇപ്പോഴത്തെ ലക്ഷ്യം. അതിനായി ഇന്ത്യൻ പരസ്യക്കാരെ കൈയ്യിലെടുക്കാൻ പോന്ന വിദ്യകൾ തങ്ങളുടെ ആവനാഴിയിൽ ഇനിയും ഉണ്ടെന്ന് തെളിയിക്കുകയാണ് ഫേസ്ബുക്കിന്റെ പ്രഥമദൗത്യം. പരസ്യങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സംശയങ്ങൾ ചോദിക്കുന്നതിനായി ഫ്രീ ഈമെയിൽ സപ്പോർട്ടും, ബിസിനസ്സിൽ വിജയം കൊയ്യുന്നതിനായുള്ള ഉപദേശങ്ങളും ടിപ്സുകളും തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്കായി തയ്യാറാക്കാൻ ഫേസ്ബുക്ക് ഒരുങ്ങുന്നതായാണ് പുതിയ വാർത്തകൾ.

ഓരോ വർഷവും ഗൂഗിൾ പരസ്യമേഖലയിൽ നിന്നും നേടുന്നത് മില്യണുകളാണ്. രാജ്യാന്തര കണക്കുകൾ വ്യക്തമാക്കുന്നത്

ഫേസ്ബുക്കിൽ എന്നും എല്ലാവരും കയറി എന്നു വരില്ല എന്നാൽ ഗൂഗിളിൽ ദിവസത്തിലൊന്നെങ്കിലും കയറാത്തവർ ചുരുക്കമാണന്നേ പറയാൻ കഴിയൂ. ഈ കാരണം കൊണ്ടു തന്നെയാണ് പരസ്യകമ്പനികളും ഗൂഗിളിനെ കൂടുതൽ ആശ്രയിക്കുന്നത്.

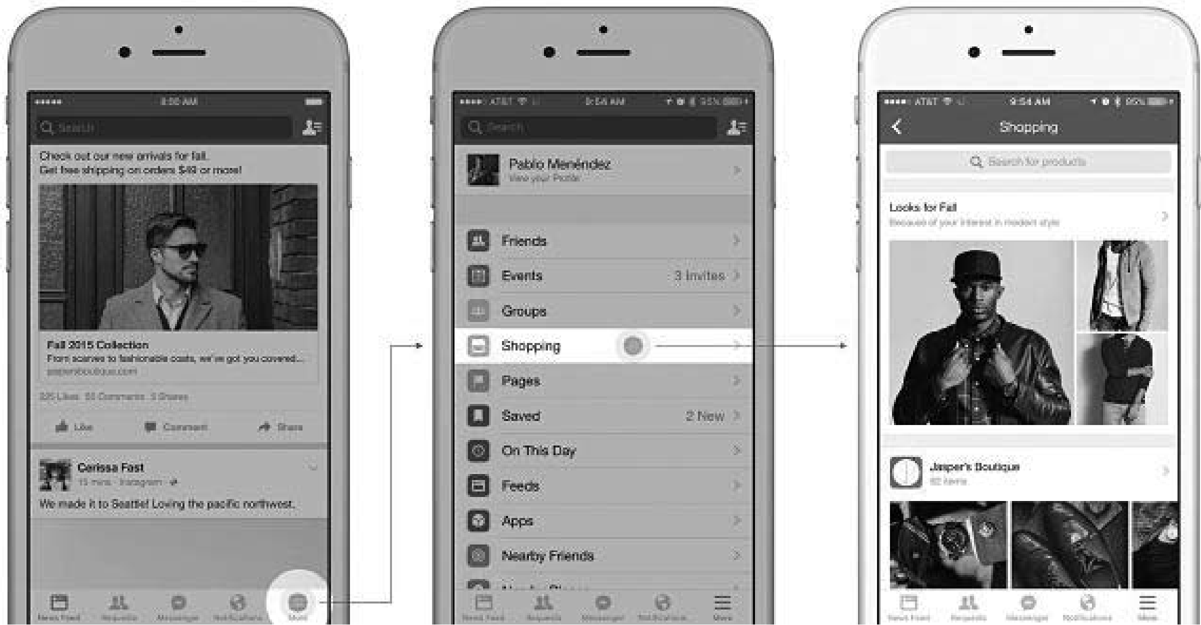
ഓരോ അർധവാർഷികത്തിലും ഗൂഗിൾ 300 മില്ല്യൺ ഡോളറോളം പരസ്യരംഗത്തു നിന്നും നേടുന്നു എന്നാണ്. എന്നാൽ ഫേസ്ബുക്കിനാകട്ടെ ഈ കാലയളവിനുള്ളിൽ നേടാനായത് 15 മില്ല്യൺ ഡോളർ മാത്രമാണ്. സുക്കർ ബർഗിന്റെ ഫേസ്ബുക്ക് ഇക്കാരണങ്ങൾ കൊണ്ടാണ് പരസ്യ വിപണിയിൽ ഒരു മത്സരത്തിനുള്ള പടയൊരുക്കം തുടങ്ങിയത്. 2004 ൽ സ്ഥാപിതമായ ഗൂഗിളിനു ഇന്ന് ഫേസ്ബുക്കിനേക്കാൾ സ്വീകാര്യത ജനങ്ങൾക്കിടയിൽ ലഭിക്കുന്നു. ഫേസ്ബുക്കിൽ എന്നും എല്ലാവരും കയറി എന്നു വരില്ല എന്നാൽ ഗൂഗിളിൽ ദിവസത്തിലൊന്നെങ്കിലും കയറാത്തവർ ചുരുക്കമാണന്നേ പറയാൻ കഴിയൂ. ഈ കാരണം കൊണ്ടു തന്നെയാണ് പരസ്യകമ്പനികളും ഗൂഗിളിനെ കൂടുതൽ ആശ്രയിക്കുന്നത്. ഇതേ ആശ്രയ മനോഭാവം ഫേസ്ബുക്കിലേക്കും തിരിച്ചുവിടാനുള്ള ശ്രമങ്ങളാണ് ഇപ്പോൾ നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഫേസ്ബുക്ക് അവതരിപ്പിച്ച നൂതന ആശയങ്ങൾ ചില കമ്പനികൾ ഇതിനോടകം തന്നെ പ്രാവർത്തികമാക്കി കഴിഞ്ഞു. തങ്ങളുടെ ബിസ്സിനസ്സിൽ ഇത് വളരെ ഗുണം ചെയ്തു എന്ന് സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നവരും നിരവധിയാണ്.

132 മില്ല്യൺ ജനങ്ങളാണ് ഇന്ത്യയിൽ മാത്രം ഫേസ്ബുക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഈ സ്വീകാര്യതയാണ് പരസ്യരംഗത്തും മുന്നേറ്റമുണ്ടാക്കാൻ ഫേസ്ബുക്കിന് ഊർജം നല്കുന്നത്. ക്ലിക്ക് ടു മിസ്കോൾ എന്ന ഒരു നൂതന ആശയവും സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ വമ്പൻ കഴിഞ്ഞ വർഷം അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നു. ഇതിന്റെ ഫലമായി പല ബിസിനസ്സ് സംരംഭകർക്കും തങ്ങളുടെ ബിസ്സിനസ്സിൽ ഇരട്ടി ലാഭമുണ്ടായതായും കൂടുതൽ ഉപഭോക്താക്കളെ തങ്ങളിലേക്ക് ആകർഷിക്കാനും സാധിച്ചു എന്നും പല സംരംഭകരും വ്യക്തമാക്കിക്കഴിഞ്ഞു.

പുതുതന്ത്രങ്ങളുമായി ഫേസ്ബുക്ക്.

ഒരു മാർക്കറ്റിംഗ് പ്ലാറ്റ്ഫോം എന്നതിലുപരിയായി പരസ്യം ചെയ്യാനാഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് കൂടുതലെന്തെല്ലാം സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കാം എന്നതാണ് ഫേസ്ബുക്കിന്റെ പുതിയ ആലോചന. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കാൻ പുതിയ രൂപഭാവങ്ങളോടു കൂടിയ വിഭാഗങ്ങളും വളരെ വേഗത്തിൽ തുറന്നുവരുന്ന മാർക്കറ്റിംഗ് പേജുകളുമാണ് ഏറ്റവും പുതിയ പരീക്ഷണങ്ങൾ. ഇവ എത്രത്തോളം വിജയകരമാകുമെന്നറിയില്ലെങ്കിലും ഇതിലൂടെയെല്ലാം ഫേസ്ബുക്ക്





പുതിയ മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളോടൊപ്പം തന്നെ ഫേസ്ബുക്ക് ഉപഭോക്താക്കളെ സന്തോഷിപ്പിക്കുന്ന ചില തീരുമാനങ്ങളും എടുത്തുകഴിഞ്ഞു. ഇനി മുതൽ പ്രൊഫൈൽ ചിത്രങ്ങളിൽ ജിഫ് ചിത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാം

ലക്ഷ്യമിടുന്നത് റീടെയ്‌ലേഴ്സിന്റെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റാനാണ്. പ്രശസ്ത ബ്രാൻഡുകളുടെ ഫുൾസ്ക്രീൻ മൊബൈൽ പരസ്യങ്ങൾ ഇറക്കിയായിരുന്നു ആദ്യ പരീക്ഷണം. ഇന്നത് മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി പുതിയ ഫോർമാറ്റിൽ, വളരെ വേഗതകൂടിയ ടെക്സ്റ്റുകളോടെ പരിഷ്കരിച്ചിരിക്കുന്നു. ഒരു പരസ്യത്തിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്താൽ ഉൽപ്പന്നത്തെക്കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിക്കുന്ന മറ്റൊരു പേജ് തുറന്നു വരും. രണ്ടാമത്തെ ക്ലിക്ക് റീടെയ്‌ലേഴ്സിന്റെ സൈറ്റിലെ പർച്ചേസ് ചെയ്യാനുള്ള സൗകര്യത്തിലേക്കാണ് ഉപഭോക്താവിനെ കൂട്ടി കൊണ്ടു പോവുക. ഈ പുതിയ സംരംഭത്തിനിട്ടിരിക്കുന്ന പേര് 'ഡബ്ഡ് ക്യാൻവാസ്' എന്നാണ്.

ഇതിനോടകം തന്നെ റീടെയ്‌ലേഴ്സിൽ നിന്നും മികച്ച പ്രതികരണങ്ങൾ തന്നെയാണ് ഡബ്ഡ് ക്യാൻവാസിനു ലഭിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഇ-കോമേഴ്സ് സൗകര്യം ഫേസ്ബുക്കിലേക്കു വരുന്നത് വളരെ ഉപകാരപ്രദമാണെന്നു തന്നെയാണ് ഇവരുടെ വിലയിരുത്തൽ. ഡബ്ഡ് ക്യാൻവാസ് എന്ന ഫേസ്ബുക്ക് ഇ-കൊമേഴ്സിനു മുന്നോടിയായി കഴിഞ്ഞവർഷം ബൈ ബട്ടൺസ് എന്നൊരു സംരംഭവും പരീക്ഷിച്ചിരുന്നു.

Shopping features നെ Messenger app ലേക്കു ഉൾപ്പെടുത്തികൊണ്ടായിരുന്നു ഇത്. എന്നാൽ ബൈ ബട്ടൺസിനു മറ്റു സോഷ്യൽ മീഡിയനെറ്റ് വർക്കുകളിൽ നിന്ന് കടുത്ത മത്സരമാണ് നേരിടേണ്ടി വന്നത്. എന്തായാലും പുതിയ മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളോടൊപ്പം തന്നെ ഫേസ്ബുക്ക് ഉപഭോക്താക്കളെ സന്തോഷിപ്പിക്കുന്ന ചില തീരുമാനങ്ങളും എടുത്തുകഴിഞ്ഞു. ഇനി മുതൽ പ്രൊഫൈൽ ചിത്രങ്ങളിൽ ജിഫ് ചിത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാം മറ്റു സോഷ്യൽ മീഡിയകൾ ഇവ നേരത്തേ ഉപയോഗിക്കാനാരംഭിച്ചെങ്കിലും ഫേസ് ബുക്ക് അതിനു തയ്യാറായിരുന്നില്ല. എന്നാൽ ഇനി മുതൽ പ്രൊഫൈലിൽ വമ്പൻ മാറ്റങ്ങൾ കാണാൻ സാധിക്കുമെന്നാണ് കമ്പനി അവകാശപ്പെടുന്നത്. വീഡിയോ പകർത്തി ജിഫ് ആനിമേറ്റ് ചെയ്താൽ പോസ്റ്റ് ചെയ്യാം. മൊബൈൽ പ്രൊഫൈലുകളിൽ അത്ഭുതങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാൻ ഇതിനു സാധിക്കും. ഇതു വഴി ഉപഭോക്താക്കൾ കൂടുതൽ സമയം ഫേസ്ബുക്കിൽ ചെലവഴിക്കും എന്നതാണ് ഏറ്റവും വലിയ നേട്ടം. ഇന്റർനെറ്റ് ലോകത്തു തന്നെ ഏറ്റവും അധികം പരസ്യ വരുമാനം നേടുന്ന ഗൂഗിളിന്റെ കുതിച്ചു ചാട്ടം തന്നെ ഫേസ്ബുക്കിന് വലിയ വെല്ലുവിളിയുയർത്തുന്ന സാഹചര്യത്തിലാണ് ഇത്തരം പുതിയ കരുനീക്കങ്ങളുമായി സുക്കർബർഗിന്റെ കമ്പനി പരസ്യരംഗത്തേക്ക് കൂടുതൽ സജീവമാകാൻ എത്തുന്നത്. എന്തായാലും നെറ്റ് ലോകത്തെ വമ്പൻമാർ തമ്മിൽ ശീതയുദ്ധം കനക്കുകയാണ്. ആരു ജയിക്കുമെന്ന് കാത്തിരുന്നു കാണാം. •





Professionals' Directory

CREATIVE AGENCIES

ARTBEATZ
Kalatharangini Building
Near Kerala Kalamandalam
Cheruthuruthy, Thrissur
Ph: 9847171206

Athma Designs
Calicut-673001
Ph : 09447348602

Brand Script
No -105 DD Vypar Bhavan
Vallon Road, Kadavanthra
Kochi-682020
Tel: 91+9987 86 5379

Code & Hue
A-12, B & B Building
Power House Road
Palarivattom, Kochi-682 025
Ph: 0484- 4046161

Concord Advertising
I S Press Road, Ernaklam-682018
Tel: 0484-2393110

Cotton Ads
St.vincent road, EKM North
Kochi-682018
Ph: 09846603376

Design Team
3 rd Floor Lalan Towers High
Court Junction, Kochi-682 031
Ph: 0484 4034 194

Disha Communications Pvt Ltd
Cauvery Apartment
Church Landing Road
Near Fine Arts Hall
Ernakulam South, Kochi –682016
Ph: 0484 - 2360182, 2373288

Eco Creative Agency
32/2368 A2 PJ Antony Road
Palarivattom, Cochin 682025.
Ph: 9447127222

Effects Media Design
Sree Madhavam Kottamugal
Nalanchira P O, Trivandrum
Ph: 0471 2114456

Flash Graphics
Alleppey.
Ph: 09447473353

Impact Creatives
Babu Estate, Banerji Road
Ernakulam-682018
Ph: 9895504668

Inspire Ads
Velayil Benglow, S N College
Kappilumukku, Kollam-691001
Ph: 04743242071

Kala Creativo
VII /323, Ozhukkuneetil Complex
Pallithazham Mannam P.O
N - Paravur, Ernakulam-683510
Ph: 08281 782138

Lights Fx
Ernakulam-682028
Ph: 098950 18185

Marina Ads
Mariana Sastrilane U.C.C.
Ernakulam-683102
Ph: 09846186314

Nufina
CSS Microsys, North Janatha Road
Palarivattom, Kochi- 682 025
Ph: 0484- 2342529

Octopix Advertising Company
Kothamangalam, Cochin-686673
Ph: 9645771886

Rainbow Minds Digital Graphics
Palampra
Ph: 944 777 8389

Sysnodes
VP Marickar Road, Chambokadavu
Road, Ernakulam-682024
Ph: 09249735784

Pixnnova
Trivandrum.
Ph: 09809702501

Silvette
Calicut.
Ph: 082810 14950

VirAd Creations
C3-IInd Floor,VB Udyog Bldng
St.Vincent Road,Ernakulam North
Kochi-682018
Ph: 0484 4021333; 09947117771

Willbird Advertisers
37/3440, Ponoth Building, Ponoth
Road, Kaloor, Ernakulam-682017
Ph: 098954 31019

WEB DESIGNERS AND DEVELOPERS

Adept Worldwide
53/2416, 1st Floor, Karimpurathu
Road, Kadavanthra, Kochi-682020
Ph: 0484- 4032929

Asterisks Softwares
1st Floor, Subin Building South
Janatha Road, Palarivattom
Kochi- 682025
Ph:0484- 4064501

Euroinfotech
Cochin.
Ph: 0484- 2301669

Glenspark
190 Silver Oak's, Mavelipuram
Kochi-682030
Ph: 0484 - 2108537

Ideamine Technologies
111/347-B, PTRA 106, First floor
P T Road, Chembumukku
Kochi-682021
Tel: 0484- 4044362

Shrishti Informatics
Door No 32/ 2309 B1
Nelliparambil Lane
Palarivattom, Kochi-682025
Ph: 0484- 3912147

Vcode Infotech
Thodupuzha
Ph: 04862 220254

Weaver Technologies
Kochi.
Ph: 0484-2375747

Webcastle Technologies
B&B Building, Room No.09
Power House Road,North Janatha
Palarivattam, Cochin.
Ph: 098467 15308

Yatnam Technologies
28B, ITES Habitat Center,
Sector E Hall, JNI Stadium Complex
Kaloor, Kochi- 682 017
Ph: 0484 4049024

PHOTOGRAPHY

Clips Multimedia
Tailor Street, Near Sarada Hospital
Palakkad web:www.lipspalakkad.com

Jackson Gilbert
Thottungal House No 14/664,
Kochi- 682002
Ph: 9995238967

Jairaj photography
H.No31, FAC Road, Off. Sree
Narayana Temple, Ponnurunni Vyttila
Kochi, Ph :8891037083

Three Winks
121, 2nd Floor, DD Mile Stone, Kochi
Ph: 9400025252

Jinish Mathew	- 77365 57121
Rasheed Abdul	- 98951 20271
Seffin Philip	- 90379 93679
Sanoj Kumar	- 70251 23 123
Tojo Kappithan	- 97464 47495
G Vipin Kumar	- 98950 10170

OUT DOOR ADVERTISING

Chakra Communications
3rd Floor, Chakra Towers Vanross Jn.,
PO Box 200, Trivandrum
Ph: 0471-2331533, 4055955

Coral Outdoor Publicity
Thycaud MRS Building, 1st Floor
Opp P.R.S Sangeeth Apartment
Trivandrum
Ph: 09387005525

Dotnet Hoardings Advertising
3/667, Opp Nadakavue Girls High
School West Nadakavue,
Kannur Road, Calicut Beach
Ph: 9349121155

Touch Advertising & Display
Near Canara Bank
Cheruvathur, Kasargod
Ph: 04672-260998, 099 47 333 008

SPACEAD
40/282, Layam Road,
Woodlands Jn., Kochi
Ph: 09846273000

DESIGNERS, PRINTERS

Creative Designers & Printers
36/2626A, Shenoy Road, Kaloor
Cochin- 682017
tomyjohn68@gmail.com
Tomy John - 9946071010

Computer Park
Paramara Road End
Cochin – 682018.
Sebastian - 9946911113
0484 -2393908

Dezign Centre
41/2795 D3, 1st Floor,
North Avenue, Paramara Road
Cochin - 682018
M T Gopalakrishnan - 9947144570
S. Krishnakumar - 9495127911

WebCastle Media Pvt Ltd
1st Floor, Cedarmount Tower
Near Deshabhimani Jn, Kaloor
Kochi- 682017
mail@webcastle.in
Ph:0484- 4052626

Directory പേജിലേക്ക് മാറ്ററും, പരസ്യങ്ങളും അയക്കേണ്ട വിലാസം:
Effective Publications
Ph: 08593 998705, E-mail: effectiveadcom@gmail.com

Editorials of the month

ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

മാധ്യമം 2/11/2015

ഗവേഷണരംഗത്തും നിക്ഷിപ്ത താൽപര്യങ്ങൾ

സർക്കാർ ഗവേഷണരംഗത്തു വരുത്തിയ പുതിയ പരിഷ്കാരങ്ങൾ ഈ മേഖലയെ തകർക്കാൻ മാത്രമേ ഉപകരിക്കൂ. ഗവേഷണങ്ങൾ സ്വാശ്രയസംരംഭങ്ങളാക്കുകയും ഗവേഷണത്തിനാവശ്യമായ പണം ഗവേഷകരും സ്ഥാപനങ്ങളും സ്വയം കണ്ടെത്തിയിരിക്കണമെന്നുള്ള നിർദ്ദേശവുമാണ് പുതിയ വിവാദങ്ങൾക്കു കാരണമായത്. എന്നാൽ മാസം തോറും ഗവേഷണപുരോഗതിയെക്കുറിച്ച് സർക്കാരിന് റിപ്പോർട്ടു നൽകുകയും വേണം. കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെ സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക ലക്ഷ്യങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായാണ് ഗവേഷണങ്ങളെല്ലാം നടക്കുന്നതെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്താനാണത്രേ ഇത്. പ്രധാനമന്ത്രിയുടെ 'മേക് ഇൻ ഇന്ത്യാ' എന്ന നയത്തിന് കടകവിരുദ്ധമാണ് ഗവേഷണരംഗത്തെ സ്വാശ്രയ സംസ്കാരം എന്നു പറയുന്നു എഡിറ്റോറിയൽ. വിദ്യാഭ്യാസത്തെയും ഗവേഷണത്തെയും നാം കോർപറേറ്റ് വല്ക്കരണത്തിൽ നിന്നും വർഗീയവത്കരണത്തിൽ നിന്നും മോചിപ്പിക്കണം രാജ്യത്തിന്റെ പൊതുതാൽപര്യം അതാണ്. ഇതിനെതിരായി പ്രവർത്തിച്ചാൽ നഷ്ടം രാജ്യത്തിനാണ് സംഭവിക്കുക എന്നോർമ്മിപ്പിക്കുകയാണ് എഡിറ്റോറിയൽ.

മാതൃഭൂമി 6/11/2015

എല്ലാവർക്കും വേണം ജാഗ്രത

ഇതരസംസ്ഥാനത്തൊഴിലാളികളുടെ കേരളത്തിലേക്കുള്ള ഒഴുക്കിനെ വളരെ ജാഗ്രതയോടെയും അർഹിക്കുന്ന ഗൗരവത്തോടെയും കാണണമെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ ആവശ്യപ്പെടുന്നു. തൊഴിൽ തേടി മലയാളികൾ വൻതോതിൽ മറുനാടുകളിലേക്കു കടന്നതിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ കേരളം ഇന്നനുഭവിക്കുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ യാതൊരു വിധ പരിശോധനയും കൂടാതെ ബംഗാളിൽ നിന്നും ബീഹാറിൽ നിന്നും നാഗാലാന്റിൽ നിന്നുമൊക്കെ കേരളത്തിലേക്കെത്തുന്ന അന്യസംസ്ഥാനത്തൊഴിലാളികളെ ശ്രദ്ധിച്ചില്ലെങ്കിൽ കേരളത്തിന് അപകടകരമായിത്തീർന്നേക്കാം. അടുത്തിടെ നടന്ന പല സംഭവങ്ങളും ആ സാധ്യതയിലേക്കാണ് വിരൽ ചൂണ്ടുന്നത്. നിരോധിച്ച ബോഡോ ഭീകരസംഘടനയുടെ കമാൻഡർ ലിബിയോൺ ബസുമാതിരി (ഡിങ്ക)യാണ് കോഴിക്കോട്ട് പിടിയിലായത്. ഇങ്ങനെയുള്ള സംഭവങ്ങളിൽ അധികാരികൾ അനാസ്ഥ കാണിക്കാതെ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കണം. എന്നാൽ അത്തരം തീരുമാനങ്ങൾ ഇന്ത്യയുടെ അഖണ്ഡതയെ തകർക്കുന്നതുമാകരുത്. കുറ്റകൃത്യങ്ങൾ തടയാനുള്ള മുൻകരുതൽ എല്ലാവർക്കുമുണ്ടെങ്കിൽ തൊഴിൽ മേഖലയിൽ ഭീകരരും കുറ്റവാളികളും നുഴഞ്ഞ് കയറുന്നത് തടയാൻ സാധിക്കുമെന്ന പ്രത്യാശയോടെയാണ് എഡിറ്റോറിയൽ അവസാനിക്കുന്നത്.

ചന്ദ്രിക 7/11/2015

ഇ– ജീവിതസാധ്യതകളെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുക

അത്യന്താപേക്ഷിതമായ വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യയെ മലയാളി സമൂഹം മടികാണിക്കാതെ സ്വീകരിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു. കത്തെഴുത്ത് മുതൽ കച്ചവടം വരെ ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ കൈവെള്ളയിലൊതുക്കിയിരിക്കുകയാണ്. ഇവയ്ക്ക് പല ദോഷങ്ങളുമുണ്ടാകാമെങ്കിലും വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യയെ ഒഴിച്ചു നിർത്തികൊണ്ടുള്ള ജീവിതം അസാധ്യം തന്നെയാണ്. ഫ്ളിപ്പ് കാർട്ട് , ആമസോൺ, ഈബേ തുടങ്ങി റീട്ടെയിൽ രംഗത്ത് വിപ്ലവകരമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിയ ഇ-കോമേഴ്സ് സ്ഥാപനങ്ങളെ കേരളത്തിലെ കച്ചവടസമൂഹം എന്നും ഭയപ്പാടോടെയാണ് കാണുന്നത് . എന്നാൽ അവർ വളരാനായി തെരഞ്ഞെടുത്ത മാർഗ്ഗം മനസ്സിലാക്കാനോ അതുപയോഗപ്പെടുത്താനോ മലയാളികൾ ശ്രമിക്കുന്നില്ല എന്നു കുറ്റപ്പെടുത്തുന്ന എഡിറ്റോറിയൽ ഇത്തരം കുത്തകശക്തികൾക്കെതിരെ പിടിച്ചു നിൽക്കാൻ ഒരു ഡിജിറ്റൽ വ്യാപാരവിപ്ലവമാണ് കേരളത്തിലുണ്ടാകേണ്ടത് എന്ന അഭിപ്രായമാണ് പങ്കുവയ്ക്കുന്നത്.

ദേശാഭിമാനി 16/11/2015

പാരീസ് കത്തിയെരിയുമ്പോൾ

പാരീസ് കത്തിയെരിയുകയാണോ എന്ന് ലാറി കോളിൻസും ഡൊമിനിക് ലാപ്പിയറും എഴുതിയ പ്രശസ്തമായ പുസ്തകത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ചർച്ചയിലൂടെയാണ് ഈ എഡിറ്റോറിയൽ ആരംഭിക്കുന്നത് തന്നെ. ഫ്രാൻസിനു നേരെ ഹിറ്റ്ലർ നടത്തിയ ആക്രമണങ്ങളാണ് ഇതിന്റെ പ്രമേയം ഈ വിഷയത്തെ നിലവിൽ പാരീസ് നേരിട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങളുമായി താരതമ്യപ്പെടുത്തുകയാണ് ദേശാഭിമാനി. ഏറ്റവും ആധുനികവും മികച്ച ആസൂത്രണവും സൈനികശേഷിയുമുള്ള ഐഎസ്ഐഎസിനെപോലെയുള്ള ഭീകരസംഘടനകളെ സർക്കാരുകളെ ശക്തിപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് മാത്രമേ നേരിടാൻ സാധിക്കുകയുള്ളു എന്നഭിപ്രായപ്പെടുന്ന എഡിറ്റോറിയൽ സദ്ദാംഹുസൈനെയും കേണൽ മുവമ്മർ ഗദ്ദാഫിയെയും വധിച്ചതാണ് പശ്ചിമേഷ്യയിൽ ഭീകരവാദം ഉറഞ്ഞുതുള്ളാനിടവരുത്തിയതെന്ന് പറയുന്നു.

മലയാള മനോരമ 16/11/2015

ഈ മടിയൻ സെസ് പിൻവലിക്കണം

ശുചിത്വ പദ്ധതികൾക്കായി കേന്ദ്രസർക്കാർ ചുമത്തിയ സെസ് ഹോട്ടൽ ഭക്ഷണം മുതൽ ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി വരെയുള്ള വിവിധ സേവനങ്ങൾക്കു ബാധകമാവുമ്പോൾ സേവന നികുതിയിൽ വരുന്ന മാറ്റങ്ങളെ ആശങ്കയോടെയാണ് എഡിറ്റോറിയൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. 14.5 ശതമാനമായി വർദ്ധിക്കുന്ന ഈ നികുതിയുടെ വിനിയോഗം സുതാര്യമല്ല. സെസ് തുകയുടെ വിനിയോഗത്തിൽ സുതാര്യതയില്ലെന്നും കണക്കുകൾ പൂർണ്ണമല്ലെന്നും കൺട്രോളർ ആൻഡ് ഓഡിറ്റർ ജനറലും കുറ്റപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. റോഡ്, വിദ്യാഭ്യാസ മേഖലകളിൽ സെസ് വരുമാനം വർഷം തോറും കൂടി വരുന്നു എന്നാൽ അതിനനുസൃതമായ പുരോഗതി ആ മേഖലകളിൽ കാണാനില്ല. മടിയൻ നികുതികളെന്നു വിശേഷിപ്പിച്ച് സെസും സർചാർജ്ജും ഉപേക്ഷിക്കണമെന്നു ഡയറക്ട് ടാക്സ് കോഡും സാമ്പത്തിക സർവേയും ആവശ്യപ്പെട്ടതാണ്. എന്നാൽ നിർദ്ദേശത്തിന് വിപരീതമായി ആറോളം സേവനനികുതികൾ ചുമത്തുന്നതായി ബജറ്റ് രേഖകൾ വ്യക്തമാക്കുന്നു. അതിനാൽ ശുചിത്വപദ്ധിക്കായാലും സെസ് അമിതഭാരം തന്നെയാണെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ പറയുന്നു.

മംഗളം 18/11/2015

ഭയപ്പാടിലും ആശങ്കപ്പെടാത്ത ഒരു ഫ്രഞ്ച് പാഠം

ഫ്രഞ്ച് ഭരണാധികാരികളും മാധ്യമങ്ങളും പാരീസ് ആക്രമണത്തെ കരുതലോടെ കൈകാര്യം ചെയ്തത് എങ്ങനെയാണെന്ന കാര്യം നമുക്ക് മാതൃകാപരമാണെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ പറയുന്നു. ഇക്കാര്യത്തിൽ ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങൾ പോലും അതിരു വിട്ടില്ല. സ്വദേശികളെ പ്രകോപിപ്പിച്ച് രാജ്യസ്നേഹത്തിന്റെ പേരിൽ മറ്റുള്ളവർക്കെതിരേ തിരിയാൻ ഇത്തരം സംഭവങ്ങൾ ധാരാളമാണെന്നിരിക്കെ യാതൊരു പ്രകോപന നടപടികളും നവോത്ഥാനത്തിന്റെ വിളനിലമായ ഫ്രാൻസിന്റെ മണ്ണിൽ കണ്ടില്ല എന്നതു ശ്രദ്ധേയമാണ്. തീവ്രചിന്താഗതിയുള്ള മറ്റു രാഷ്ട്രീയ നേതൃത്വങ്ങൾക്കു പക്വത കാട്ടികൊടുക്കുകയാണ് ഇതിലൂടെ ഫ്രാൻസ് ചെയ്യന്നതെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു.

തേജസ് 23/11/2015

അന്വേഷണ ഏജൻസികൾ സ്വതന്ത്രമായി പ്രവർത്തിക്കണം

ഭരണകൂടങ്ങളുടെ കീഴിലായിരിക്കുമ്പോഴും അന്വേഷണ ഏജൻസികൾക്ക് സ്വതന്ത്രമായി പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള സാഹചര്യം ഉറപ്പുവരുത്താൻ കഴിയണം. ഭരിക്കുന്നവരുടെ ആജ്ഞാനുവർത്തിയായി അന്വേഷണ ഏജൻസികൾ തരംതാഴുകയും ഭരണകൂടത്തിന്റെ താൽപര്യപ്രകാരം മാത്രം അവ പ്രവർത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് ജനങ്ങളെ നിരാശയിലാഴ്ത്തുന്നത്. അധികാരവും സ്വാധീനവും പണവുമുണ്ടെങ്കിൽ നിയമത്തിന്റെ ഏതു മതിൽക്കെട്ടും അനായാസം ചാടിക്കടക്കാനാവുമെന്ന അവസ്ഥ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടാൽ പിന്നെ രാജ്യത്ത് നിയമവ്യവസ്ഥയ്ക്ക് എന്തു സ്ഥാനം എന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ ചോദിക്കുന്നു. മന്ത്രിമാരടക്കമുള്ളവർ ഏതു കുറ്റകൃത്യങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെട്ടാലും ശിക്ഷിക്കപ്പെടുകയില്ലെന്ന ധാരണ സമൂഹത്തിൽ രൂപപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ഈ ചിന്ത നിലവിലുള്ള രാഷ്ട്രീയ വ്യവസ്ഥയോടും രാഷ്ട്രീയ നേതൃത്വങ്ങളോടുമുള്ള വിരക്തിയായി, അവിശ്വാസമായി വളർന്നു വരുന്നത് ഒരു ജനാധിപത്യവ്യവസ്ഥയിൽ അത്ര ശുഭകരമായ ലക്ഷണമല്ല എന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്നു.

മംഗളം 24/11/2015

സമൂഹമാധ്യമങ്ങളും സാമൂഹികാരോഗ്യവും

സമൂഹമാധ്യമങ്ങളുടെ ദോഷവശങ്ങളെക്കുറിച്ചാണ് മംഗളം ഈ എഡിറ്റോറിയലിൽ പരാമർശിക്കുന്നത്. പത്രങ്ങളിലും ചാനലുകളിലും മറ്റ് ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളിലും വരുന്ന വാർത്തകൾ പലരുടേയും കൈകളിൽ കൂടി കയറിയിറങ്ങി വേണ്ടതിരുത്തലുകൾ വരുത്തിയ ശേഷമാണ് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നത്. എന്നാൽ സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിൽ ആ പ്രക്രിയ ഉണ്ടാകുന്നില്ല. അതിനാൽ തന്നെ ഇത്തരം മാധ്യമങ്ങളിൽ വർഗീയ വിഷം തുപ്പുന്ന പല വാർത്തകളും പോസ്റ്റുകളും പ്രചരിക്കുന്നുണ്ട്. എന്നാലവ വർഗ്ഗീയത പരത്തുന്നു എന്നു പറഞ്ഞ് നിരോധിക്കുന്നത് അബദ്ധത്തിലേക്കു മാത്രമേ നയിക്കൂ. സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ പരക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ പൂർണ്ണമായും ശരിയെന്നു ധരിച്ചുവശാകുന്നവരാണ് അപകടകാരികൾ. ആ സാഹചര്യം രാജ്യത്തിന്റെ ഐക്യത്തിനും അഖണ്ഡതയ്ക്കും മതനിരപേക്ഷതയ്ക്കും വെല്ലുവിളിയാണ്. ഇതിനെ പ്രതിരോധിക്കാൻ നമുക്കു വേണ്ടത് സുശക്തവും ആരോഗ്യകരവുമായ ഒരു സാമൂഹിക മനസ്സാണ് എന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ ഉദ്ബോധിപ്പിക്കുന്നു.

Samsung NX1

Mirrorless Digital Camera (Body Only, Black)





- 28.2MP BSI APS-C CMOS Sensor
- DRIMe V Image Signal Processor
- 4K Video Recording at 24 fps
- UHD Video Recording at 30 fps
- 3.0" 1036k-Dot Tilt-Touchscreen Monitor
- 2360k-Dot XGA OLED Electronic Viewfinder
- Advanced Hybrid Autofocus System
- 205 Phase-Detection AF Points
- 15 fps Burst with AF
- Includes Adobe Photoshop Lightroom 5

Canon EOS 5D Mark 3 22.3MP Digital SLR

Camera with 24-105mm Lens (Black)





Model : EOS 5D Mark III Kit (EF 24-105 IS)
Item Weight : 948 g
Removable Memory : Compact Flash, SDHC
Screen Size : 3.2 Inches
Display Type : TFT colour, liquid-crystal monitor
Optical Zoom : 5 X
Aspect Ratio : 1.55:1
Max Resolution : 17 Megapixels
Horizontal Resolution : 5760 Pixels
Optical Sensor Resolution : 17 Megapixels
Max Vertical Resolution : 3840 Pixels

Min Shutter Speed : 1/8000sec. to 30secs.,
Min Focal Length : 24 Millimeters
Metering Description : Evaluating metering with the image sensor (still photos) / Center-weighted average metering (movies)

Included Components : EOS 5D Mark III Digital SLR Body, EF 24-105mm L IS U Lense, Battery Pack LP-E6, Battery Charger LC-E6, Wide Neck Strap EW-EOS5DMKIII, USB Interface Cable IFC-200U, Stereo Video Cable AVC-DC400ST, Eyecup Eg, EOS Digital Solution Disk, Software Instruction Manual CD, Camera Basic instruction Manual Booklet, CF Card.
Price : Rs. 207,995.00





Model Code: 19/2015





Model Code: 20/2015

MODEL CO-ORDINATOR:
NARESSH KRISHNA
AIM 2 AIM MANAGEMENT

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

effectiveadcom@gmail.com, Ph: 08593 998705

Pity gritty creativity!

the other truth



So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 25 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.

So Mie

"You're free to be crazy creative this time," said the client. He grinned like a grumpy school teacher unexpectedly allowing children to play in the classroom.

Let me give you a quick walkthrough on this client. A corner shop. Pale façade. Tacky interior. The kind of untouchables most agencies secretly keep for regular business. But like the proverbial mother crow, he thought his baby was the best. And all he wanted in his designs were a big picture of the shop, his imposing, insipid logo and a fat block of address. Anytime, every time.

But this time, since he expressed a change of mind, we tried to bring some life into the work. A few offbeat options were made using models, testimonials, and intriguing messages.

When he saw the designs, his face shriveled like the monsoon sky. His eyes flitted across the designs as if he found himself in a cave of naked aliens. "What's this?" he squealed, "Where's your creativity?"

We sat still, unable to show creativity on a platter. "Where's my shop?" he sounded like he lost his child. The most diplomatic among us said under her breath, "we thought we could do something different." "Different? You can do different creativity with the picture of the shop!" To prove his point he dished out a folder and opened it like a secret treasure trove. It was a collection of lousy design cuttings. He flipped through them pointing to what other creative guys had done with buildings. Smudged vignettes, horrendous backgrounds, multi-shaded chunky messages, ornate borders… They looked like a messy flash of fireworks. But for him that was great creativity!

I'm not saying fireworks is uncreative. Millions around the world think pyrotechnics offers a breathtaking display of creativity. Nonetheless, there are a few who consider it a momentary cacophonous chaos of ghostly colors. Creativity is a hugely overused yet under-perceived word. Each of us has our own benchmarks for creativity. That's fine. What causes disgust is our cheekiness to apply those benchmarks indiscriminately, both when we create and when we judge.

There's no right and wrong in creativity. But there's some inherent rule that outlines taste and distaste, order and disorder; just as in the universe, which is the source of all creativity. A sculptor can create a work of art from junk. But if what he creates looks like just another heap of junk, it cannot qualify as a work of art. A great creator knows by instinct what should go where and when. And how much is too much and how little is too little.



Creativity stems from imagination. It's imagination that enables one to connect apparently unrelated elements in the concrete and the conceptual worlds, the visual and the verbal worlds. All living organisms that have brains use imagination at varying degrees. Whereas great musicians, writers, scientists, engineers, mathematicians, impromptu performers, architects and artists of all genres are gifted with not only the power of imagination but the capability to bring out their imagined ideas in appealing forms for the rest of us to feel.

Where do advertising professionals stand in the creative hotspot? Ah…. I think we're mere carriers and compilers. We create, but only to a designated pattern. Our creative range is set within borders. Borders of time, space, objective and stubborn resistance by clients such as the one in the corner shop!

Frankly, we creatives are not that creative!

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.